

# **STRATEGI PEMASARAN SOCIALCOFFE DENGAN METODE SWOT**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**Darmawan Firrizqi Ilmi**

**201510325307**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
TAHUN 2020**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Soccialcoffe Dengan Metode SWOT  
Nama Mahasiswa : Darmawan Firrizqi Ilmi  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325307  
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi  
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 30 Januari 2020



Jakarta, 6 Februari 2020

MENYETUJUI,

Pembimbing

Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M.

NIDN: 0309048102

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran SocialCoffe Dengan Metode SWOT  
Nama Mahasiswa : Darmawan Firrizqi Ilmi  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325307  
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi  
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 30 Januari 2020

Jakarta, 6 Februari 2020

MENGESAHKAN

Ketua Tim Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M

NIDN. : 0309048102

Penguji I : Andrian, S.E., M.M

NIDN. : 0321077102

Penguji II : M. Fadhli Nursal, SE., MM.

NIDN. : 0325057908

MENGETAHUI,

Ketua

Program Studi Manajemen



M. Fadhli Nursal, SE., MM.

NIDN. : 0325057908

Dekan

Fakultas Ekonomi



Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, CA, CSRA, CMA, CACP

NIDN. : 0318107101

## KATA PENGANTAR

Puji Serta Syukur penulis panjatkan pada kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan bimbingannya, penulis masih bisa diberikan kesehatan dan kemampuan dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul “**STRATEGI PEMASARAN SOCIALCOFFE DENGAN METODE SWOT**”. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan apresiasi kepada seluruh pihak atas tersusunnya skripsi ini. Penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Irjen Pol. (Purn.) Dr., Drs. H. Bambang Karsono, S.H.,M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, CA, CSRA, CMA, CACP selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak M. Fadhli Nursal, S.E, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Hasanuddin, S.I.P., M.AP, sebagai Dosen Perwalian Akademik kami dikelas B-3 atas support dan dukungannya.
5. Bapak Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran dan dukungan kepada penulis.
6. Keluarga penulis, yang senantiasa memberi dukungan materi, motivasi dan do'a kepada penulis.
7. Teman-teman B-3 Manajemen yang saling berjuang, membantu dan memotivasi satu sama lain.

Akhir kata semoga hasil Karya Ilmiah ini dapat bermanfaat serta sebagai bahan petunjuk bagi adik-adik junior nantinya.

Jakarta, Oktober 2019

Hormat Saya,

Darmawan Firrizqi Ilmi

## ABSTRAK

### **Darmawan Firrizqi Ilmi. 201510325307. Strategi Pemasaran Socialcoffe Dengan Metode SWOT**

Dari hasil penelitian dengan analisis SWOT, maka dapat diketahui bahwa UMKM SocialCoffe berada pada kuadran *growth*. dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan bagi socialcoffe. Usaha ini memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang pasar yang ada. Strategi yang harus diterapkan socialcoffe dalam kondisi ini adalah produksi dimana usaha ini mendapatkan respon yang baik dari konsumen terkait kualitas produk, penetapan harga, menggunakan promosi pada social media dan memberikan jaminan kepada konsumen untuk produk yang terjadi kerusakan untuk produk yang terjadi kerusakan, serta dengan memanfaatkan peluang pasar yang sebesar-besarnya. Dengan penerapan tersebut usaha ini dapat memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk merebut berbagai peluang yang ada sehingga usaha ini dapat menyeimbangi pesaing lain yang mengeluarkan produk sejenis. Penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk penelitian berikutnya tentang strategi pemasaran dengan metode SWOT.

**Keyword:** SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*)

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran SocialCoffe Dengan Metode SWOT”

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sesuai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dengan sesuai kaidah penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan ijin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimoan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikan memalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, 6 Januari 2020



Darmawan Firrizqi Ilmi

NPM: 201510325307

## **ABSTRACT**

**Darmawwan Firrizqi Ilmi. 201510325307. SocialCoffe Marketing Strategy With SWOT Method**

*From the results of the research with the SWOT analysis, it can be seen that MSME SocialCoffe is in the growth quadrant. where the quadrant is a very favorable situation for social coffee. This business has opportunities and strengths so that it can take advantage of existing market opportunities. The strategy that must be applied socialcoffe in this condition is production where this business gets a good response from consumers related to product quality, pricing, using promotion on social media and providing guarantees to consumers for products that are damaged for products that have been damaged, as well as by utilizing maximum market opportunity. With this application, this business can maximize the strength it has to seize the various opportunities that exist so that this business can balance other competitors who issue similar products. This research can be used as a reference for subsequent research on marketing strategies with the SWOT method.*

**Keyword: SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats)**

# DAFTAR ISI

Halaman

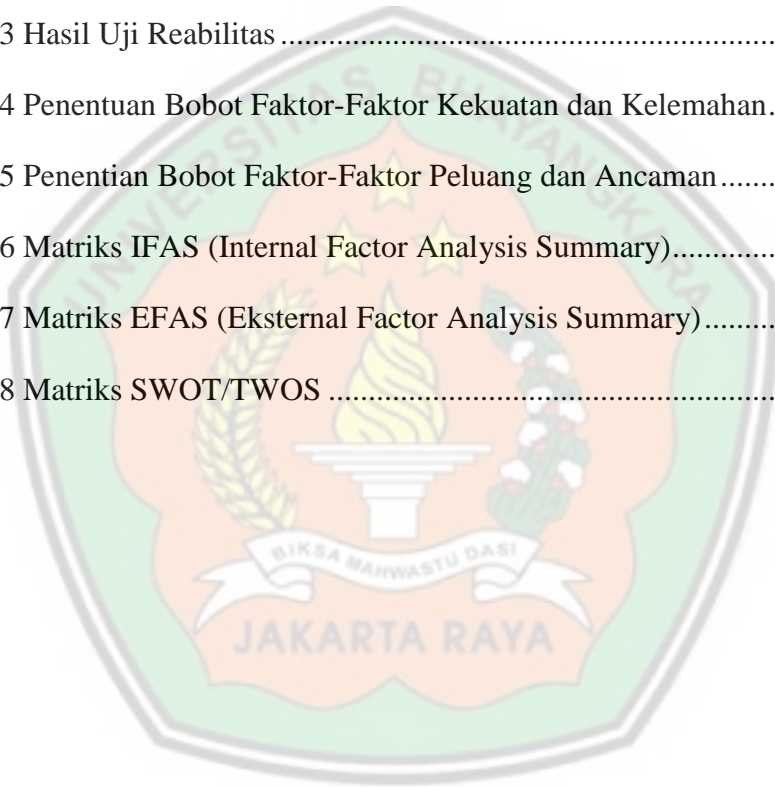
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Batasan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
2.1 Manajemen.....	6
2.2 Pemasaran .....	6
2.2.1 Bauran Pemasaran.....	8
2.2.2 Strategi Pemasaran.....	9
2.3 Analisa SWOT.....	9
2.4 Hipotesis.....	10



2.5 Kerangka Pemikiran .....	11
2.6 Penelitian Terdahulu.....	10
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>14</b>
3.1 Desain Penelitian .....	14
3.2 Jenis Data.....	14
3.3 Tahapan Penelitian.....	15
3.4 Model Konseptual.....	15
3.5 Oprasional Variable .....	15
3.6 Waktu dan tempat penelitian .....	16
3.7 Teknik pengumpulan data.....	16
3.8 Metode pengambilan sampling .....	17
3.9 Metode Analisis Data.....	17
3.9.1 Analisis Deskriptif .....	17
3.9.2 Analisis SWOT .....	17
3.9.3 Matrik IFAS dan EFAS .....	18
<b>BAB IV METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>24</b>
4.1 Profil Usaha .....	24
4.2 Analisis SWOT .....	24
4.3 Matriks SWOT.....	33
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>24</b>
5.1 Kesimpulan .....	37
5.2 Implikasi Manajerial .....	37
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 3.1 Matriks SWOT .....	22
Tabel 4.1 Analisis SWOT Pada SocialCoffe .....	25
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas.....	26
Tabel 4.3 Hasil Uji Reabilitas .....	27
Tabel 4.4 Penentuan Bobot Faktor-Faktor Kekuatan dan Kelemahan.....	27
Tabel 4.5 Penentuan Bobot Faktor-Faktor Peluang dan Ancaman.....	28
Tabel 4.6 Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary).....	30
Tabel 4.7 Matriks EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary).....	31
Tabel 4.8 Matriks SWOT/TWOS .....	31



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Diagram Analisis SWOT ..... 21

Gambar 4.1 Diagram Carpesis Analisis SWOT SocialCoffe..... 11

