

**STRATEGI PEMASARAN PESONA COFFEE DI TAMBUN SELATAN
MENGUNAKAN METODE SWOT**

SKRIPSI

Disusun Oleh :

I Wayan Ferdian Chandra

201610325073



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2021

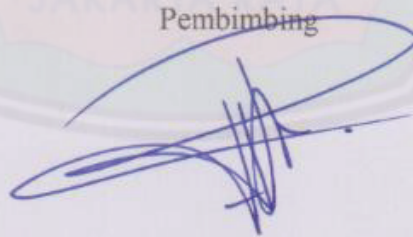
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Pesona Coffee Di Tambun
Selatan Dengan Menggunakan Metode Swot
Nama Mahasiswa : I Wayan Ferdian Chandra
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325073
Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi & Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 29 Januari 2021

Bekasi, 8 Februari 2021

MENYETUJUI,

Pembimbing



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

NIDN 0309048102

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Pesona Coffee Di tambun Selatan
Menggunakan Metode SWOT
Nama Mahasiswa : I Wayan Ferdian Chandra
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325073
Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi & Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 29 Januari 2021

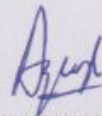
Jakarta , 8 Februari 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : M. Fahdli Nursal, S.E., M.M
NIDN 0325057908



Penguji I : Agus Dharmanto, S.E., M.M
NIDN 0305087310

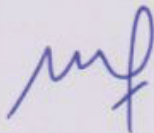


Penguji II : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA., CRA
NIDN 0309048102



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



M. Fahdli Nursal, S.E., M.M
NIDN 0325057908

Dekan
Fakultas Ekonomi & Bisnis



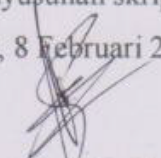
Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP.
NIDN 0318107101

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu WaTa'ala, karena atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penyusunan skripsi dengan judul "**Strategi Pemasaran Pesona Coffee Di Tambun Selatan Menggunakan Metode SWOT**" ini dapat terselesaikan. Skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Inspektur Jendral Polisi (P) Dr (C) Drs. H. Bambang Karsono, S.H, M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. H. Syahrir Kuba. S.Sos. S.IK., M.M, M.H. Selaku Wakil Rektor III Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Istaningsih Sastrodiharjo, M.S.Ak., CA., CSRA., CMA., CACP. selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. M. Fadhli Nursal, SE, M.M selaku Kaprodi Manajemen Universitas Bahayangkara Jakarta Raya.
5. Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA., CRA, selaku Dosen Pembimbing peneliti yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan Tugas Akhir.
6. Istri dan Anak saya tercinta beserta keluarga saya yang telah memberi doa, bantuan dukungan moral demi terselesaikannya Tugas Akhir/Skripsi ini.
7. Pemilik Pesona Coffee yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian di perusahaan yang dipimpinnya.
8. Ibu dan Bapak para staff perpustakaan Graha Tanoto yang senantiasa menerima penulis untuk mencari referensi-referensi dalam penyusunan skripsi.

Bekasi, 8 Februari 2021


I Wayan Ferdian Chandra

ABSTRAK

I Wayan Ferdian Chandra. 201610325073. Strategi Pemasaran Pesona Coffee Di Tambun Selatan Menggunakan Metode SWOT.

Skripsi ini dibuat dengan tujuan untuk menentukan dan menganalisis strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pesona Coffee. Metode penelitian yang digunakan berupa analisis SWOT dan metode analisis deskriptif dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif adalah analisis data yang tidak berbentuk angka, tetapi berupa serangkaian informasi yang digali dari hasil penelitian. Oleh karena itu, penulis terlebih dahulu harus mengetahui bagaimana keadaan Pesona Coffee serta faktor internal dan eksternal apa saja yang mempengaruhi strategi pemasaran yang ada pada Pesona Coffee. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan melakukan wawancara dan observasi langsung pada pemilik Pesona Coffee. Selain itu adanya tambahan data pendukung dari buku-buku bacaan dan juga sumber lain yang berhubungan dengan judul penelitian. Data yang diperoleh dari hasil pengumpulan data kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Hasil penelitian yang ditunjukkan oleh diagram cartesius bahwa Pesona Coffee berada pada kuadran I, yaitu agresif dengan penerapan strategi *Growth Oriented Strategy* yang merupakan situasi yang sangat menguntungkan bagi perusahaan. Dimana, Pesona Coffee memiliki kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.

Kata Kunci : Analisis SWOT dan Strategi Pemasaran.

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dibawah ini :

Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Pesona Coffee Di Tambun Selatan Menggunakan Metode SWOT” ini adalah benar – benar merupakan hasil karya saya sendiri tidak mengandung materi yang telah ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan dalam teori sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila kemudian hari ditemukan ada kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari kampus saya di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan oleh perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

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

Jakarta , 08 Februari 2021

Yang Membuat Pernyataan



I Wayan Ferdian Chandra

ABSTRACT

I Wayan Ferdian Chandra. 201610325073. *Pesona Coffee Marketing Strategy in Tambun Selatan Using the SWOT Method.*

This thesis is made with the aim of determining and analyzing the strategy marketing carried out by Pesona Coffee. The research method used is a SWOT analysis and descriptive analysis method using a qualitative research approach. Qualitative descriptive analysis is data analysis that is not in the form of numbers, but in the form of a series of information extracted from the research results. Therefore, the author must first know how the state of Pesona Coffee and what internal and external factors affect the existing marketing strategies of Pesona Coffee. The data collection technique carried out by researchers was by conducting interviews and direct observation of the owner of Pesona Coffee. In addition, there are additional supporting data from reading books and other sources related to the research title. The data obtained from the results of data collection are then analyzed using SWOT analysis to find out what are the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of the marketing strategy carried out by the company. The research results shown by the cartesius diagram show that Pesona Coffee is in quadrant I, which is aggressive with the application of the Growth Oriented Strategy, which is a very profitable situation for the company. Where, Pesona Coffee has the power so that it can take advantage of existing opportunities.

Keywords: SWOT analysis and marketing strategy.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Batasan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Manajemen	8
2.2 Pemasaran.....	8
2.2.1 Bauran Pemasaran	10
2.2.2 Strategi Pemasaran	11
2.3 Analisis SWOT	12

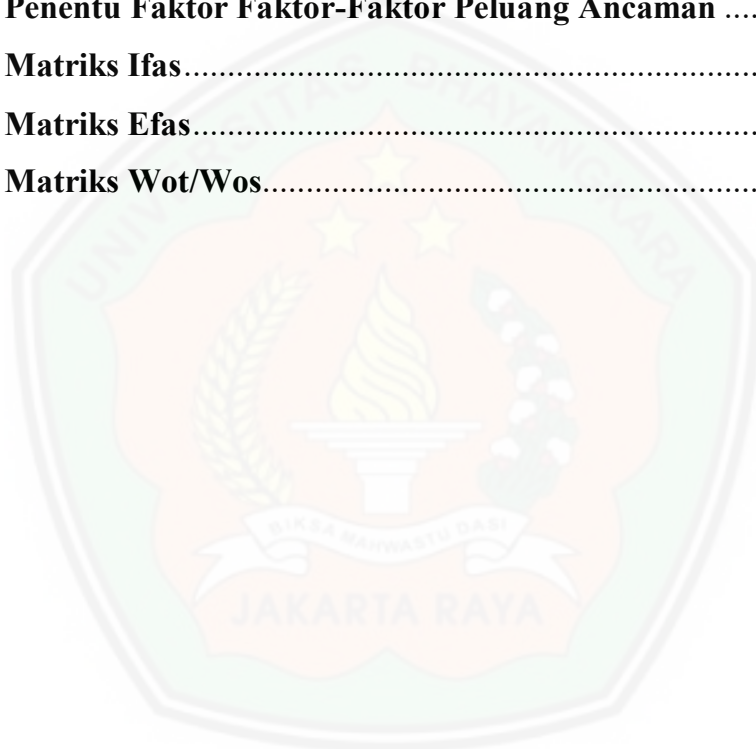
2.4	Hipotesis.....	13
2.5	Kerangka Pemikiran.....	14
2.6	Penelitian Terdahulu	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		18
3.1	Desain Penelitian	18
3.2	Jenis Data	18
3.3	Tahapan Penelitian.....	18
3.4	Model Konseptual.....	19
3.5	Operasional Variabel	19
3.6	Waktu dan Tempat Penelitian	20
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.8	Metode Pengambilan Sampling.....	21
3.9	Metode Analisis Data.....	21
3.9.1	Analisa Deskriptif	21
3.9.2	Analisis SWOT	22
3.9.3	Matrik IFAS dan EFAS	22
BAB IV ANALISIS & PEMBAHASAN.....		26
4.1	Profil Usaha	26
4.2	Analisis SWOT.....	26
4.3	Matriks SWOT	35
BAB V PENUTUP.....		40
5.1	Kesimpulan.....	40
5.2	Implikasi Manajerial	41

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.3 Matriks Swot	25
Tabel 4.1 Analisa Swot Pada Pesona Coffee	27
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas	28
Tabel 4.3 Hasil Uji Reabilitas	29
Tabel 4.4 Penentuan Bobot Faktor-Faktor Kekuatan dan Kelemahan	29
Tabel 4.5 Penentu Faktor Faktor-Faktor Peluang Ancaman	30
Tabel 4.6 Matriks Ifas	32
Tabel 4.7 Matriks Efas	33
Tabel 4.8 Matriks Wot/Wos	36



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	14
Gambar 3.3 Diagram Analisis Swot	24
Gambar 4.1 Diagram Carpesius Analisis Swot Pesona Coffee	34



DAFTAR LAMPIRAN

Uji Plagiarisme	47
Uji Referensi	49
Buku Bimbingan	51
Biodata	52

