STRATEGI PEMASARAN PADA SUGGESTI COFFEE BERDAYA SAING DI BEKASI

SKRIPSI

Oleh:

Esa Gilang Pradana

201710325340

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2022

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

udul Skripsi	: Strategi Pemasaran pada Suggesti Coffee Berdaya Saing di Bekasi
Nama Mahasiswa	: Esa Gilang Pradana
Nomor Pokok Mahasiswa	201710325340
Program Studi/ Fakultas	: Manajemen/ Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 21 Januari 2022

Jakarta, 31 Januari 2022

MENYETUJUI

Pembimbing I

Dewi Sri Woelandari P.G., S.E., M.Sc

NIDN 0303017106

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: Strategi Pemasaran pada Suggesti Coffee Berdaya Saing di Bekasi
Nama Mahasiswa	: Esa Gilang Pradana
Nomor Pokok Mahasiswa	: 201710325340
Program Studi/ Fakultas	: Manajemen/ Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 21 Januari 2022

Jakarta, 31 Januari 2022

MENGESAHKAN

Ketua Tim Penguji : Drs. Soehardi, MBA, Ph.D ……

NIDN : 0311096604

Penguji I : Dewi Sri Woelandari P.G., S.E., M.Sc ……

NIDN : 0303017106

Pengunji II : Haryudi Anas,SE,MSM ……

NIDN : 0317117801

MENGETAHUI

Ketua Program Studi
Manajemen

Dr. Hadita, S.Pd., MM

NIDN: 0329048302

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Istianingsih, M.S.AK., CA, CSRA., CACP

NIDN: 0318107101

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Esa Gilang Pradana
Tempat Tanggal Lahir	: Gunung Sugih, 16 November 1997
Alamat	: Taman Tridaya Indah 2 Blok i6 No 23
	Jl Amarilis V RT 008 RW 015 Kel Tridayasakti
	Kec Tambun Selatan.

Dengan ini menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul "Strategi Pemasaran Pada Suggesti Coffee Berdaya Saing di Bekasi" merupakan hasil pekerjaan saya sendiri dan seluruh ide, pendapat, atau materi didapat dari sumber lain yang telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan apa yang saya nyatakan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya termasuk pencabutan gelar Sarjana Manajemen yang nanti saya dapatkan.

Jakarta, 31 Januari 2022

Yang membuat pernyataan

Esa Gilang Pradana

NPM : 201710325340

Dipindai dengan CamScanner

ABSTRACT

Esa Gilang Pradana, 201710325340. *Thesis with the title: Marketing Strategy on Competitive Coffee Suggestions in Bekasi City*

This study aims to identify the characteristics of Suggestion Coffee, and analyze the influence of internal and external factors from Suggestion Coffee in order to create a competitive coffee shop. The approach used in this study is a qualitative descriptive approach and uses key informants when conducting in-depth interviews (indept interviews) when exploring and identifying internal and external factors in Suggesti Coffee. The sampling technique used is snowball sampling and the data analysis technique used in this research is SWOT analysis based on logic that can maximize strengths and opportunities, while minimizing weaknesses and threats. At the input stage, it is analyzed using the IFE matrix and the EFE matrix, as well as the SWOT matrix. The results of the research on the internal factor matrix and the external factor matrix showed that the SO (Strength – Opportunities) score obtained a strength score (3.16) and an opportunity score (3.45), so that the SO value score was 3.16 + 3.45 = 6.61 . Meanwhile, from the results of the IFE and EFE analysis, it is found that Suggesti Coffee has a favorable situation, where Suggesti Coffee has opportunities and strengths so that it can take advantage of existing opportunities. The strategy that Suggesti Coffee must do to increase sales is to improve the quality of production by holding events, keeping the place clean so that consumers are more comfortable stopping at Sugesti Coffee, increasing promotions on social media so that sales increase, giving discounts to buyers such as buy one get one , as well as increasing brand awareness to attract consumers and want to come to Suggesti Coffee.

Keywords: Marketing Strategy, Competitiveness, SWOT Analysis

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Strategi Pemasaran Pada Suggesti Coffee Berdaya Saing di Bekasi". Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membibing penulisan, baik tenaga, ide-ide, maupun pemikiran. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH, MM selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Dr. Istiningsih Sastrodiharjo,M.S.Ak, CA., CSRA., CMA., CACP. Selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Yth Bpk. M Fadhli Nursal S.E., MM selaku Kaprodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Yth Ibu, Dewi Sri Woelandari P.G., SE. M.sc selaku Dosen Pembimbing yang telah menyetujui dan menerima proposal skripsi penulis.
5. Yth Seluruh Bpk/Ibu Dosen Prodi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing dan mengajarkan penulis ilmu-ilmu yang bermanfaat.
6. Ayahanda tercinta Sugiarto, Ibunda tersayang Nike Engliwati yang telah memberikan doa, dorongan, motivasi dan dukungan material serta moral demi terselesaikannya Skripsi ini.
7. Fitrah Galang Rammadhan dan Aditya Bagus Pamungkas selaku adik tersayang yang selalu memberikan doa dan dukungan dalam menyelesaikan Skripsi ini.
8. Indra, Ariansyah, Salam, Teruna, Bimo, Delivita, Syifa, Ranti, Ervan, Bara, Try, dan Agoy yang selalu menghibur saat menyelesaikan Skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman seperjuangan kelas Manajemen A1 yang mana dukungan dan kekompakannya selalu membuat penulis semangat dan optimis.
10. Dan untuk pacar saya Mutiara Rizka Azhari yang telah memberikan support selama saya mengerjakan skripsi ini.

Jakarta, 31 Desember 2021

Penulis

Esa Gilang Pradana

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ii
LEMBAR PENGESAHAN iii
LEMBAR PERNYATAAN iv
ABSTRAK v
ABSTRACT vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 3
1.3 Tujuan Penelitian 3
1.4 Manfaat Penelitian 3
1.5 Batasan Masalah 4
1.6 Sistematika Penulisan 4
BAB I Pendahuluan 4
BAB II Tinjauan Pustaka 4
BAB III Metodologi Penelitian 4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 5
2.1 Strategi 5
2.1.1 Pengertian Strategi 5
2.2 Pemasaran 6
2.2.1 Penertian Pemasaran 6
2.3 Strategi Pemasaran 6
2.3.1 Pengertian Strategi Pemasaran 6
2.4 Daya Saing 7
2.4.1 Pengertian Daya Saing 7
2.5 Analisis SWOT 7
2.5.1 Pengertian Analisis SWOT 7
2.6 Penelitian Terdahulu 8
2.7 Kerangka Pemikiran 18

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 19
3.1 Desain Penelitian 19
3.2 Jenis Data 19
3.3 Tahapan Penelitian 19
3.3.1 Tahapan Perencanaan 20
3.3.2 Tahapan Pelaksanaan 20
3.4 Model Konseptual 20
3.5 Operasional Variable 20
3.6 Waktu dan Tempat Penelitian 20
3.7 Teknik Pengumpulan Data 21
3.7.1 Teknik Observasi 21
3.7.2 Wawancara 21
3.7.3 Dokumentasi 21
3.7.4 Teknik Kepustakaan 21
3.8 Metode Pengambilan Sampel 21
3.9 Metode Analisis Data 22
3.9.1 Analisa Deskriptif 22
3.9.2 Analisis SWOT 22
3.9.3 Matrik IFAS dan EFAS 23
BAB IV PEMBAHASAN 27
4.1 Profil Usaha 27
4.1.1. Visi & Misi Suggesti Coffee 28
4.1.2. Struktural Organisasi Suggesti Coffee 28
4.1.3. Tugas dan Tanggung Jawab Suggesti Coffee 29
4.1.5 Jam Operasional Suggesti Coffee 30
4.1.6 Prosedur Pelayanan Suggesti Coffee 30
4.1.7. Produk Suggesti Coffee 30
4.2 Hasil Sebelum Pengamatan 31
4.3 Hasil Pengamatan di Lapangan 31
4.3.1 Hasil Wawancara Mendalam (Indepth Interview) 31
4.3.2 Suasana Sugesti Caffee pada saat Pengamatan 36
4.4 Analisis SWOT 37
4.4.1 Analisis SWOT pada Suggesti Coffee 37
4.4.2 Hasil Pemberian Peringkat terhadap Kekuatan 38
4.4.3 Hasil Pemberian Peringkat terhadap Kelemahan 39

4.4.4 Hasil Pemberian Peringkat terhadap Peluang 39
4.4.5 Hasil Pemberian Peringkat terhadap Ancaman 40
4.4.6 Hasil Analisis Matriks Faktor Internal (IFE) 40
4.4.7 Hasil Analisis Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) 41
4.4.8 Matriks SWOT 4 Kuadran 43
4.4.9 Hasil Matriks SWOT Penerapan Strategi Pemasaran Suggesti Coffee 45
BAB V PENUTUP 48
5.1 Kesimpulan 48
5.2 Implementasi Menejerial 48
DAFTAR PUSTAKA 50
LAMPIRAN 56

Strategi Pemasaran.., Esa Gilang Pradana, Fakultas Komunikasi, 2022

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Beberapa Cofffee Shop yang ada disekitar Suggesti Coffee 1
Tabel 1.2 Data Pendapatan Agustus 2021 - Oktober 2021 2
Tabel 1.3 Data Pengunjung Agustus 2021 – Oktober 2021 12
Tabel 2.1 Telaah Pustaka 8
Tabel 3.1 Matriks SWOT 25
Tabel 4.1 Hasil Pengamatan 31
Tabel 4.2 Analisis SWOT pada Suggesti Coffee 37
Tabel 4.3 Hasil Pemberian Peringkat terhadap Kekuatan 38
Tabel 4.4 Hasil Pemberian Peringkat terhadap Kelemahan 39
Tabel 4.5 Hasil Pemberian Peringkat terhadap Peluang 39
Tabel 4.6 Hasil Pemberian Peringkat terhadap Ancaman 40
Tabel 4.7 Hasil Analisis Matriks Faktor Internal (IFE) 40
Tabel 4.8 Hasil Analisis Matriks Faktor Eksternal (EFE) 41
Tabel 4.9 Hasil Matriks SWOT Penerapan Strategi Pemasaran Suggesti Coffee 45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....18
Gambar 3.1 Diagram Analisis Swot 24
Gambar 4.1 Struktural Organisasi Suggesti Coffee.....28
Gambar 4.2 Prosedur Pelayanan Suggesti Coffee 30
Gambar 4.3 Suasana Sugesti Caffee pada saat Observasi 36
Gambar 4.4 Matriks SWOT 4 Kuadran Suggesti Coffee 43