

**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

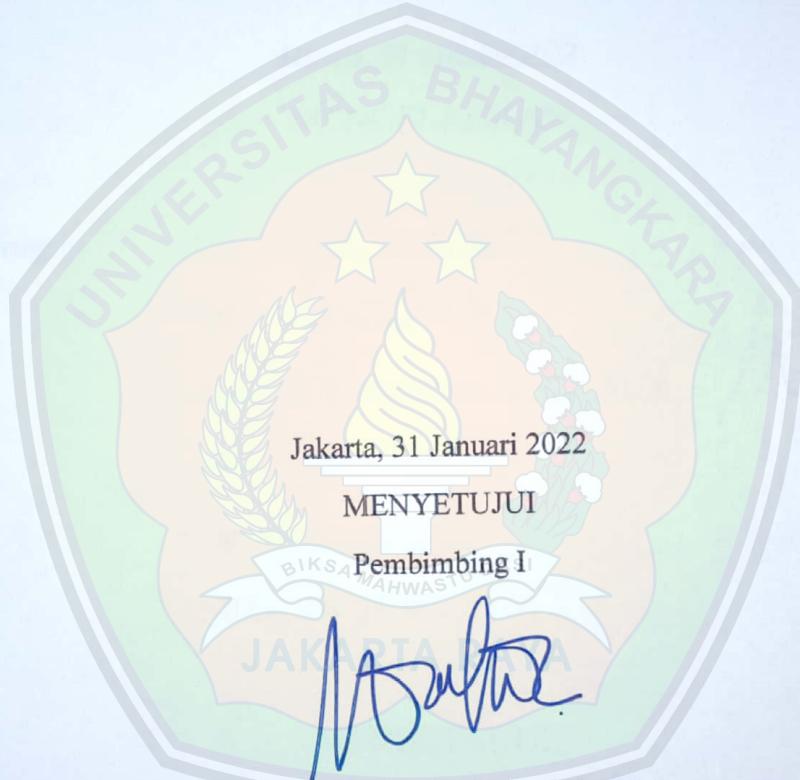
judul Skripsi : Strategi Pemasaran pada Suggesti Coffee  
Berdaya Saing di Bekasi

Nama Mahasiswa : Esa Gilang Pradana

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325340

Program Studi/ Fakultas : Manajemen/ Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Januari 2022



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

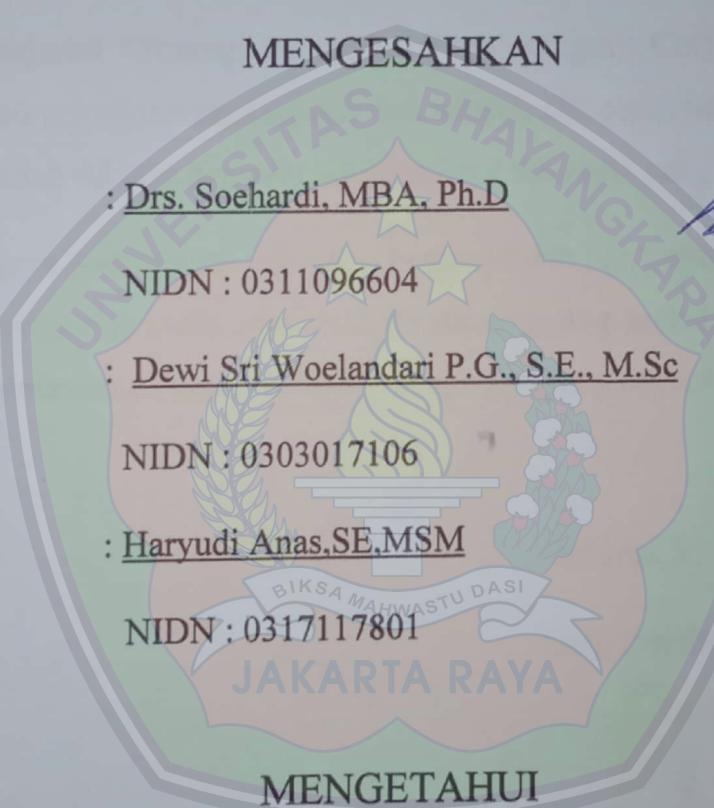
NIDN 0303017106

# 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

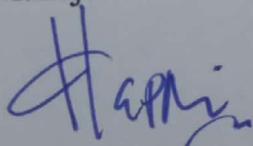
Jakarta, 31 Januari 2022

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 .....  


Ketua Program Studi

Manajemen

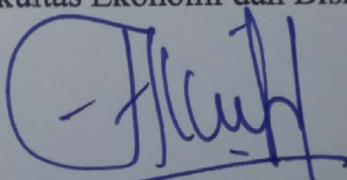


Dr. Hadita, S.Pd., MM

NIDN: 0329048302

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

NIDN: 0318107101

## 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

## **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 (indepth interviews) when exploring and identifying internal and external factors in Sugesti 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 Sugesti Coffee has a favorable situation, where Sugesti Coffee has opportunities and strengths so that it can take advantage of existing opportunities. The strategy that Sugesti 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 Sugesti Coffee.*

**Keywords:** *Marketing Strategy, Competitiveness, SWOT Analysis*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran 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. Istiningih Sastrodiharjo,M.S.Ak, CA., CSRA., CMA., CACP. Selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Yth Bpk. M Fadhlil 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 terselesaiannya 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

<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	iv
<b>ABSTRAK .....</b>	v
<b>ABSTRACT.....</b>	vi
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	vii
<b>DAFTAR ISI.....</b>	viii
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	xi
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	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
<b>BAB I Pendahuluan .....</b>	4
<b>BAB II Tinjauan Pustaka.....</b>	4
<b>BAB III Metodologi Penelitian .....</b>	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	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

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

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



## 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

