

Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Bisnis Seikow Coffee

Bekasi

SKRIPSI

Oleh:

Muhammad Rafli Rizki Ramadhan

202010325259



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi
Bisnis Seikow Coffee Bekasi

Nama Mahasiswa : Muhammad Rafli Rizki Ramadhan

Nomor Pokok : 202010325259

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2024

Jakarta, 24 Juli 2024

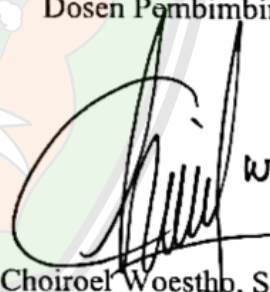
MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Dr. Muhammad Richo Rianto, S.E., M.M

NIDN. 0314118601


Choiroel Woestho, S.E., M.E

NIDN. 0325068506

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi
Pemasaran Bisnis Seikow Coffee Bekasi

Nama Mahasiswa : Muhammad Rafli Rizki Ramadhan

Nomor Pokok : 202010325259

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2024

Jakarta, 24 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Edward Efendi Silalahi, S.Mn, M.M
NIDN. 0310016102

Sekretaris Tim Penguji : Hasanuddin. S.I.P., M.AP
NIDN. 0302066905

Penguji : Dr. Muhammad Richo Rianto, S.E., M.M
NIDN. 0314118601

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M

NIDN. 0327037601

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak

NIDN. 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Rafli Rizki Ramadhan
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325259
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 21 November 2001
Alamat : Perumahan Dukuh Zamrud Blok U1B No 15,
Kelurahan Cimuning, Kecamatan Mustikajaya,
Kota Bekasi (17155)

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Bisnis Seikow Coffee Bekasi. Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, maka saya bersedia untuk menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku, Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

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

Jakarta, 24 Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Rafli Rizki Ramadhan

202010325259

ABSTRAK

Muhammad Rafli Rizki Ramadhan. 202010325269. Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Bisnis Seikow Coffee Bekasi

Fenomena munculnya berbagai coffee shop di Indonesia memang sedang booming dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini terlihat dari peningkatan signifikan jumlah kedai kopi dalam beberapa tahun terakhir serta konsumsi kopi dalam negeri. Persaingan terlihat semakin sengit ketika banyak dijumpai Coffee Shop yang saling berdekatan dan juga berdampingan. Maka dari itu setiap perusahaan harus memiliki strategi pemasaran untuk konsumen guna meningkatkan penjualan perusahaan dan juga bersaing dengan kompetitor. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Bisnis Seikow Coffee Bekasi. Untuk mengetahui Strategi Pemasaran yang tepat pada Seikow Coffee Bekasi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah mix method. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, kuisioner dan dokumentasi. Teknik analisis data terdiri dari tiga alur yaitu: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi. Hasilnya menunjukkan bahwa berdasarkan Matriks SWOT 4 Kuadran, Seikow Coffee berada di kuadran I yaitu strategi pertumbuhan Agresif (Growth Oriented Strategy) yang artinya situasi yang sangat menguntungkan karena memiliki peluang dan kekuatan yang tinggi sehingga dapat memanfaatkan kesempatan yang ada. Strategi pemasaran yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung semua kekuatan yang dimiliki perusahaan dan memanfaatkan kesempatan atau peluang yang ada.

Kata Kunci : Analisis SWOT, Matriks IFAS, Matriks EFAS

ABSTRACT

Muhammad Rafli Rizki Ramadhan. 202010325269. SWOT Analysis in Determining the Seikow Coffee Bekasi Business Marketing Strategy.

The phenomenon of the emergence of various coffee shops in Indonesia has been booming in recent years. This can be seen from the significant increase in the number of coffee shops in recent years as well as domestic coffee consumption. Competition looks increasingly fierce when you find many Coffee Shops close to each other and also side by side. Therefore, every company must have a marketing strategy for consumers in order to increase company sales and also compete with competitors. The purpose of this research is to determine SWOT Analysis in Determining Marketing Strategy for the Seikow Coffee Bekasi Business. To find out the right marketing strategy for Seikow Coffee Bekasi. The research method used in this research is a mix method. Data collection techniques use observation, interviews, questionnaires and documentation. The data analysis technique consists of three flows, namely: data reduction, data presentation, drawing conclusions/verification. The results show that based on the 4 Quadrant SWOT Matrix, Seikow Coffee is in quadrant I, namely an Aggressive growth strategy (Growth Oriented Strategy), which means a very profitable situation because it has high opportunities and strengths so it can take advantage of existing opportunities. The marketing strategy that must be implemented in this condition is to support all the company's strengths and take advantage of existing opportunities.

Keywords: SWOT Analysis, IFAS Matrix, EFAS Matrix

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan Rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Bisnis Seiko’w Coffee Bekasi” dapat diselesaikan seperti yang telah direncanakan. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) Manajemen pada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Heni Rohaeni, S.Sos, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik, penulis berterima kasih atas motivasi dan bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan tepat waktu.

5. Dr. Muhammad Richo Rianto, SE., MM selaku Dosen Pembimbing 1 skripsi. Terima Kasih telah membimbing, memberi arahan, memberi dorongan atau memotivasi peneliti dalam proses menyelesaikan proposal skripsi ini.
6. Choiroel Woestho, SE., ME selaku Dosen Pembimbing 2 skripsi. Terima Kasih telah membimbing, memberi arahan, memberi dorongan atau memotivasi peneliti dalam proses menyelesaikan proposal skripsi ini.
7. Seluruh Dosen serta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah berbagi ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan ini.
8. Kedua orang tua saya, yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan pengorbanan dari segi moril maupun materi kepada saya sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Sahabat serta Teman seperjuangan skripsi, Keluarga Besar Rafli Ahmad (Angga, Arum, Bunga, Galuh, Ivan, Jeremy, Kania, Nabila, Rama, Reni, Silvia, Siska, Tania) yang telah mendengarkan semua keluh kesah selama 4 tahun, serta yang memberikan dukungan, semangat, menjadi tempat berbagi pengetahuan dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Galeri Investasi Universitas Bhayangkara Jakarta raya dan para Anggota nya yang telah menjadi tempat peneliti untuk menyelesaikan proposal skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuannya kepada penulis sampai terselesaikannya skripsi ini.

12. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri Muhammad Rafli Rizki Ramadhan yang telah menjalani proses perkuliahan dari awal hingga akhir, bertahan hingga di titik ini.

Sebagai penutup, nulis menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca serta pihak yang berkepentingan.



Penulis

Muhammad Rafli Rizki Ramadan

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	15
PENDAHULUAN	15
1.1 Latar Belakang.....	15
1.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Tujuan Penelitian.....	19
1.4 Manfaat Penelitian.....	19
1.5 Batasan Masalah	20
1.6 Sistematika Penulisan.....	20
BAB II	22
TELAAH PUSTAKA.....	22
2.1 Analisis SWOT	22
2.1.1 Pengertian Analisis SWOT	22
2.1.2 Tujuan Analisis SWOT	23
2.1.3 Faktor-faktor Analisis SWOT	23
2.1.4 Matriks IFAS (Internal Factors Analysis Summary)	24
2.1.5 Matriks EFAS (External Factor Analysis Summary).....	26
2.1.6 Diagram Analisis SWOT	28
2.1.7 Matriks SWOT	29
2.2 Strategi Pemasaran	31

2.2.1	Pengertian Strategi	31
2.2.2	Pengertian Pemasaran.....	32
2.2.3	Unsur-unsur Utama Pemasaran	33
2.2.4	Pengertian Strategi Pemasaran	34
2.3	Strategi Bauran Pemasaran 7P.....	35
2.3.1	Produk (<i>Product</i>).....	35
2.3.2	Harga (<i>Price</i>)	36
2.3.3	Tempat (<i>Place</i>).....	36
2.3.4	Promosi (<i>Promotion</i>)	36
2.3.5	Orang (<i>People</i>).....	37
2.3.6	Proses (<i>Process</i>).....	37
2.3.7	Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>).....	38
2.4	Penelitian Terdahulu	38
2.5	Kerangka Pemikiran	46
BAB III.....		47
METODOLOGI PENELITIAN		47
3.1	Desain Penelitian.....	47
3.2	Sumber Data.....	48
3.3	Tahapan Penelitian	48
3.4	Model Konseptual Penelitian	50
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian	50
3.6	Teknik Pengumpulan Data	51
3.7	Sampel.....	53
3.8	Teknik Analisis Data.....	53
BAB IV		56
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		56
4.1	Gambaran Umum	56
4.2	Hasil Analisis Bauran Pemasaran	56
4.3	Analisis SWOT	64

4.3.1	Analisis SWOT pada Seikow Coffee Bekasi	64
4.3.2	Hasil Analisis Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)	69
4.3.4	Matriks SWOT 4 Kuadran	72
4.3.5	Hasil Matriks SWOT Penerapan Strategi Pemasaran Seikow Coffee Bekasi	74
4.4	PEMBAHASAN	76
BAB V		79
PENUTUP		79
5.1	Kesimpulan	79
5.2	Saran	79
DAFTAR PUSTAKA		81
LAMPIRAN		83



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matriks IFAS	25
Tabel 2. 2 Matriks EFAS	27
Tabel 2. 3 Matriks SWOT.....	30
Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3. 1 Form Kuisisioner	52
Tabel 3. 2 Data Informan.....	53
Tabel 4. 1 Analisis SWOT Pada Seikow Coffee Bekasi.....	69
Tabel 4. 2 Matriks IFAS	69
Tabel 4. 3 Matriks EFAS	71
Tabel 4. 4 Hasil Matrik SWOT Penerapan Strategi Pemasaran.....	74



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Uji Plagiarisme Skripsi

Lampiran 2 : Uji Referensi Skripsi

Lampiran 3 : Bukti Wawancara

Lampiran 4 : Riwayat Hidup

