

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA KEDAI KOPI
JUST SHAKE X LEKKER**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

ATI KUROTA ZILKARISA

NIM: 241.19.07309



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK**

2023



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA KEDAI KOPI
JUST SHAKE X LEKKER**

Oleh:

Nama : ATI KUROTA ZILKARISA
NIM : 2411907309
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 11 Agustus 2023

	Menyetujui
Dosen Pembimbing	Ketua Jurusan Manajemen

Bambang Suntoro, SE, MM

Altatit Dianawati, S.Si, MM

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Sri Gambir Melati Hatta, SH



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI

DEPOK

Skripsi Berjudul

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA KEDAI KOPI
JUST SHAKE X LEKKER**

Oleh:

Nama : ATI KUROTA ZILKARISA

NIM : 2411907309

Program Studi : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada :

Hari : Jum'at

Tanggal : 11 Agustus 2023

Waktu : 09.20 s/d 10.32 Wib

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Haris Karyadi, S.ST, MM (.....)

Anggota : Iman Hernawan, SIP, MM (.....)

Mengetahui.

Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si, MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ATI KUROTA ZILKARISA
NIM : 2411907309
Program Studi : Manajemen
Nomor KTP : 3216085808000010
Alama : Kp Rawabanteng 05/01 No 21 Ds. Mekarwangi Kec. Cikarang
Barat – Bekasi

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Kedai Kopi Just Shake x Lekker ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (plagiat).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku .

Depok, 11 Agustus 2023

ATI KUROTA ZILKARISA

ABSTRAK

ATI KUROTA ZILKARISA. NIM 241.19.07309. ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA KEDAI KOPI JUST SHAKE X LEKKER

Strategi pemasaran perusahaan memainkan peran penting dalam mencapai tujuannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Kedai Kopi Just Shake x Lekker sehingga mampu memenangi persaingan. Penelitian ini menggunakan Analisa SWOT dengan matriks IFAS dan EFAS dapat diidentifikasi faktor-faktor penting, baik lingkungan eksternal dan lingkungan internal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari produk Kedai Kopi Just Shake x Lekker. Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini dianalisis secara deskriptif kualitatif, dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi sistematis dari berbagai faktor untuk mengembangkan strategi perusahaan untuk melanjutkan pertumbuhannya sambil memanfaatkan peluang yang ada untuk mencapai penjualan setinggi-tingginya.

Penelitian ini menemukan secara umum kekuatan 2,36 , kelemahan 1,11 , peluang 2,54 dan ancaman 0,68 dimana posisi perusahaan berada pada kuadran 1. Posisi perusahaan di kuadran I dikarenakan nilai faktor internal sebesar 1,25 dan nilai faktor eksternal sebesar 1,86. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan lebih besar dibandingkan dengan faktor kelemahan dan faktor peluang lebih besar dengan ancaman yang dimiliki.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Analisis SWOT

ABSTRACT

ATI KUROTA ZILKARISA. NIM 241.19.07309. ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA KEDAI KOPI JUST SHAKE X LEKKER

The company's marketing strategy plays an important role in achieving its goals. This study aims to identify and analyze the marketing strategy implemented by the Just Shake x Lekker Coffee Shop so that it can win the competition. This study uses SWOT analysis with IFAS and EFAS matrices to identify important factors, both the external environment and the internal environment which are the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the Just Shake x Lekker Coffee Shop product. The research approach used in this study is a qualitative descriptive approach.

The results of this study were analyzed descriptively qualitatively, using SWOT analysis. SWOT analysis is a systematic identification of various factors to develop a company's strategy to continue its growth while taking advantage of existing opportunities to achieve the highest sales.

This study found in general Strength 2.36 , Weakness 1.11 , Opportunity 2,54 , Threats 0.68 where the company's position is in quadrant 1. The company's position in quadrant I is due to the internal factor value of 1.11 and the external factor value of 1.86. This shows that the strength factor is greater than the weakness factor and the opportunity factor is greater than the threat it has.

Keywords: Marketing Strategy, Marketing MIX, SWOT Analysis

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat dengan waktunya. Shalawat dan salam atas junjungan Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul Analisis Strategi Pemasaran Pada Kedai Kopi Just Shake x Lekker ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis melihat situasi dan kondisi saat ini banyak masyarakat semakin gemar untuk menghabiskan waktunya di kedai kopi. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui persaingan bisnis yang terjadi di daerah cikarang ini.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang kepada:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE, MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Ibu Prof. Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Ibu Altatit Dianawati, S.Si, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Bapak Bambang Suntoro, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi dengan baik.

5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.
6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani dalam penulis dengan sepenuh hati.
7. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2019 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
8. Ibu Ernawati selaku Pimpinan Just Shake x Lekker yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
9. Ayahanda Taufik serta Ibunda Linda Komalasari tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
10. Kepada pemilik NIM 41182911160049 terimakasih sudah hadir dan telah menjadi menjadi *supportsystem* penulis pada hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan skripsi. Terimakasih telah mendengarkan keluh kesah, berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, dan mampu memberikan semangat yang luar biasa kepada penulis.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa kepada penulis dalam mengerjakan skripsi.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Amiin

Depok, 11 Agustus 2023

ATI KUROTA ZILKARISA

NIM : 2411907309

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR SIDANG	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Rumusan Masalah	3
1.5. Tujuan Penelitian	3
1.6. Manfaat Penelitian.....	3
1.7. Sistematika Penulisan	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	6
2.1.1. Pengertian Strategi	6
2.1.2. Pengertian Pemasaran	7

2.1.3. Strategi Pemasaran	8
2.1.4. Bauran Pemasaran	11
2.1.5. Pengertian Analisis SWOT	13
2.2. Penelitian Terdahulu	14
2.3. Kerangka Konseptual	16

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	18
3.2. Jenis Penelitian	18
3.3. Sumber Data	19
3.4. Teknik Pengumpulan Data	19
3.5. Teknik Analisis Data	20
3.5.1. Analisis SWOT.....	21
3.5.2. IFAS	22
3.5.3. EFAS	23
3.5.4. Matriks SWOT	24

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum	27
4.1.1. Sejarah Singkat	27
4.1.2. Struktur Organisasi	27
4.1.3. Deskripsi Pekerjaan Karyawan	28
4.1.4. Lokasi Penelitian	29
4.1.5. Daftar Menu	29

4.2. Hasi Dan Pembahasan	31
4.2.1. Strategi Pemasaran	31
4.2.2. Bauran Pemasaran	34
4.2.3. Analisis Faktor Internal dan Eksternal Metode SWOT	39
4.2.4. Analisis Faktor dengan Matriks IFAS dan EFAS	43
4.2.5. Matriks SWOT	46
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	52
5.2. Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data jumlah cafe 2017-2021	1
Tabel 1.2. Data Omset Kedai Kopi Just Shake x Lekker	2
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian	18
Tabel 3.2. Tabel IFAS	23
Tabel 3.3. Tabel EFAS	24
Tabel 4.1. Daftar Menu	29
Tabel 4.2. Daftar Perbandingan Harga	36
Tabel 4.3. Indikator Dari Faktor Internal	41
Tabel 4.4. Indikator Dari Faktor Eksternal	42
Tabel 4.5. IFAS	44
Tabel 4.6. EFAS	46
Tabel 4.7. Matriks SWOT	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Marketing Mix	11
Gambar 2.2. Konsep Pemikiran	17
Gambar 3.1. Matriks SWOT	25
Gambar 4.1. Struktur Organisasi	28
Gambar 4.2. Produk Just Shake x Lekker	35
Gambar 4.3. Diagram Cartesius SWOT	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Wawancara	55
Lampiran 2. Transkrip Wawancara	56
Lampiran 3. Dokumentasi	57
Lampiran 4. Kartu Bimbingan.....	61
Lampiran 5. Daftar Riwayat Hidup	62