

**STRATEGI PEMASARAN UPAYA MENDORONG
DAYA TARIK PELANGGAN CAFE
DI KONS3P COFFEE
CIBITUNG**

SKRIPSI

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

Oleh

MELA KARMELIA

NIM : 2412008044



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2024**



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**STRATEGI PEMASARAN UPAYA MENDORONG DAYA
TARIK PELANGGAN CAFE DI KONS3P COFFEE
CIBITUNG**

Oleh:

Nama : MELA KARMELIA

NIM : 2412008044

Program Studi : Manajemen

Telah Disetujui dan di Sahkan di Depok Pada Tanggal 09 Agustus 2024

Dosen Pembimbing,

Menyetujui,

Ketua Program Studi Manajemen

Ricky Rizkie. S.E., M.M.

Drs. Henky Hendrawan, M.M., M.Si.

Mengesahkan

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, MS



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI

DEPOK

Skripsi Berjudul

**SETRATEGI PEMASARAN UPAYA MENDORONG
DAYA TARIK PELANGGAN CAFÉ
DI KONS3P COFFEE CIBITUNG**

Oleh

Nama : MELA KARMELIA

Nim : 2412008044

Program Studi : Manajemen

Telah di Pertahankan di Hadapan Tim Sidang Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Jum'at

Tanggal : 09 Agustus 2024

Waktu : 09.00 - Selesai

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Ina Sawitri, S.Si., M.M.

Anggota : Iman Hernawan, S.IP., M.M.


(.....)


(.....)

Mengetahui

Drs. Henky Hendrawan, M.M., M.Si.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MELA KARMELIA

Nim : 241.20.10.08

Program studi : Manajemen

Nomor KTP : 3215024310010001

Alamat : Bakan Kadu. Ds. Cintaasih. Kec. Pangkalan Kab. Karawang

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Strategi Pemasaran Upaya Mendorong Daya Tarik Pelanggan Cafe di Kons3p Coffee Cibitung 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, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, 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 termasuk di copot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 09 Agustus 2024



MELA KARMELIA

ABSTRAK

MELA KARMELIA. NIM 2412008044 Strategi Pemasaran Upaya Mendorong Daya Tarik Pelanggan Cafe di Kons3p Coffee Cibitung

Peluang bisnis adalah peluang untuk seseorang menjalankan bisnis dengan menggunakan strategi tertentu. Seseorang yang berjiwa pengusaha tidak boleh melawatkan peluang bisnis yang sangat luas ini. Pengusaha yang bijaksana ialah ketika ia mampu mengembakangkan inovasi dan kreatifitas dalam kegiatan usahanya dengan memanfaatkan peluang yang ada serta memiliki mental yang kuat untuk menghadapi pesaing yang ada.

Tujuan penelitian ini untuk menentukan strategi pemasaran upaya mendorong daya tarik pelanggan cafe pada usaha Coffee Shop yang bernama Cafe Kons3p Coffee Cibitung melalui analisis SWOT dan analisis matriks IFE dan matriks EFE. Dalam menentukan strategi pemasaran perlu di ketahui dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Penelitian yang di gunakan adalah penelitian dengan menggunakan kualitatif subjek penelitian ini adalah pemilik caffe, karyawan, dan konsumen.

Sampel penelitian ini adalah pemilik caffe, barista, koki, dan konsumen. Di Cafe Kons3p Coffee Cibitung dengan jumlah keseluruhan 4 Orang.

Teknik sampel yang di gunakan pada penelitian ini di lakukan dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis kekuatan yaitu lokasi yang strategis, tempat luas dan nyaman, produk yang berkualitas, harga yang terjangkau, serta pelayanan yang ramah dan cepat, sedangkan kelemahannya kurang nya karyawan sehingga memerlukan pegawai part time dan minimnya promosi.

Pada peluangnya yaitu berada di lingkungan industri, serta berkembangnya teknologi dan budaya sehingga menjadikan budaya berkumpul dan bersantai di Coffe Shop, sementara ancam yang di hadapi yaitu adanya pesaing yang sama dan pesaing yang memberikan harga lebih murah dan mulai tumbuh pesaing yang baru.

Strategi yang di dapat yaitu dengan memperbaiki promosi dan selalu mempertahankan kualitas dan pelayanan, serta mempertahankan cita rasa yang tidak pernah berubah.

Sebagai saran harus meningkatkan lagi promosi produk dan tempat, agar konsumen semakin bertambah.

Kata kunci : ancaman, kekuatan, kelemahan, peluang, strategi pemasaran.

ABSTRACT

MELA KARMELIA. NIM 2412008044 Marketing Strategy Efforts to Encourage Attraction of Cafe Customers at Cafe Kons3p Coffee Cibitung

A business opportunity is an opportunity for someone to run a business using a certain strategy. Someone with an entrepreneurial spirit should not miss this vast business opportunity. A wise entrepreneur is when he is able to develop innovation and creativity in his business activities by taking advantage of existing opportunities and having a strong mentality to face existing competitors.

The aim of this research is to determine a marketing strategy to encourage the attraction of cafe customers to the Coffee Shop business called Cafe Kons3p Coffee Cibitung through SWOT analysis and IFE matrix and EFE matrix analysis. In determining a marketing strategy, you need to know your strengths, weaknesses, opportunities and threats.

The research used is qualitative research. The subjects of this research are cafe owners, employees and consumers.

The samples for this research were cafe owners, baristas, chefs and consumers. At Cafe Kons3p Coffee Cibitung with a total of 4 people.

The sampling technique used in this research was carried out using interview, observation and documentation methods.

The results of this research show that the strength analysis is strategic location, spacious and comfortable place, quality products, affordable prices, and friendly and fast service, while the weaknesses are the lack of employees so that part time employees are needed and the lack of promotions.

The opportunity is to be in an industrial environment, as well as the development of technology and culture, which has created a culture of gathering and relaxing in coffee shops, while the threats faced are the presence of the same competitors and competitors who offer cheaper prices and new competitors are starting to grow.

The strategy obtained is to improve promotions and always maintain quality and service, as well as maintain a taste that never changes.

As a suggestion, we should increase the promotion of products and places, so that consumers will increase.

Keywords: threats, strengths, weaknesses, opportunities, marketing strategy.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti

.Penelitian dengan judul Strategi Pemasaran Upaya Mendorong Daya Tarik Pelanggan Café di Konsep Cofie ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

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

1. Mildy Rifa'I, SE, selaku ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Prof. Dr. Abdul Hamid, Ms selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi STIE GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Drs. Hengky Hendrawan, S.Pd, MM, Msi. selaku Ketua Program studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus memajukan prodi sehingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Aldi Friyatna Dira, SE, MM selaku pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI Bekasi yang telah mengelola kampus dengan baik.
5. Ricky Rizkie. SE, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun Skripsi dengan nilai *cumlaude*.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya program studi Manajemen yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh kesabaran dan ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis sehingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.

7. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
8. Rekan-rekan mahasiswa Angkatan 2020 yang telah Bersama-sama menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
9. Al Fuad Hendrawan selaku pemilik Café Konsep Cooffe Cibitung yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian
10. Cinta pertamaku Ayahanda tercinta H. Nuryana Suryanudin serta Ibunda Hj. Mila Karmila tercinta yang telah memberikan doa yang tiada henti dan selalu memberikan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Perkuliahan dan penyusunan Skripsi ini dengan baik.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis tuliskan satu persatu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu di beri kesuksesan, Aamiin.

Depok, 09 Agustus 2024

Penulis



MELA KARMELIA

NIM: 2412008044

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABTRACK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Rumusan Masalah	6
1.5. Tujuan Penelitian.....	6
1.6. Manfaat Penelitian	6
1.7. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
1.1. Landasan Teori	9
1.2. Pengertian Strategi Pemasaran	9
2.2.1. Fungsi dan Tujuan Pemasaran	10
1.3. Pentingnya Strategi bagi Manajer Pemasaran	15
1.4. Setrategi Pemasaran Langsung	17
1.5. Perbedaan Strategi Pemasaran dan Rencana Pemasaran ..	19

	1.6. Penerapan promo penjualan Upaya mendorong daya Tarik pelanggan	20
	1.7. Penelitian Terdahulu.....	25
	1.8. Kerangka Konseptual	27
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
	3.1. Tempat Dan Waktu Penelitian.....	28
	3.2. Jenis Penelitian.....	28
	3.3. Sumber Data.....	29
	3.4. Sampel.....	29
	3.5. Teknik Pengumpulan Data	30
	3.6. Teknik Analisis Data	32
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
	4.1. Hasil Penelitian	36
	4.2. Gambaran Umum Perusahaan.....	36
	4.3. Kegiatan Usaha	37
	4.4. Sumber Daya Manusia	37
	4.5. Struktur Organisasi.....	37
	4.6. Profil Informan.....	39
	4.7. Hasil dan Pembahasan.....	41
	4.7.1. Analisis Lingkungan Internal.....	41
	4.7.2. Analisis Lingkungan Eksternal	54
	4.7.3. Diagram Analisis SWOT.....	58
	4.8. Hasil Wawancara.....	64
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	4.9. Kesimpulan	73

4.10. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

1.1. Tabel Omset Cafe Kons3p Coffee Cibitung.....	4
2.1. Tabel Penelitian Terdahulu.....	25
3.1. Tabel Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	28
3.2. Tabel Sampel Cafe Kons3p Coffee Cibitung.....	31
3.3. Tabel Analisis SWOT.....	34
4.1. Tabel Faktor Internal Cafe Kons3p Coffe Cibitung.....	45
4.2. Tabel Analisis Matriks IFE Cafe Kons3p Coffee Cibitung.....	53
4.3. Tabel Analisis Matriks EFE Cafe Kons3p Coffee Cibitung.....	57
4.4. Tabel Matriks SWOT Cafe Kons3p Coffee Cibitung.....	60
4.5. Tabel Kekuatan Cafe Kons3p Coffee Cibitung.....	65
4.6. Tabel Kelemahan Cafe Kons3p Coffee Cibitung.....	66
4.7. Tabel Peluang Cafe Kons3p Coffee Cibitung.....	69
4.8. Tabel Ancaman Cafe Kons3p Coffee Cibitung.....	71

DAFTAR GAMBAR

2.1. Gambar Kerangka Konseptual	29
4.1. Gambar Diagram Analisis SWOT.....	59

DATAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pertanyaan Wawancara	76
Lampiran 2 Hasil Wawancara	77
Lampiran 3 Kuisisioner Matriks IFE dan Matriks EFE.....	90
Lampiran 4 Hasil Dokumentasi Informan.....	94
Lampiran 5 Hasil Dokumentasi Ruangn Cafe Kons3p Coffee Cibitung	97
Lampiran 6 Kartu Bimbingan	99
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup	100
Lampiran 8 Hasil Cek Plagiarisme	101