



**ANALISIS SWOT SEBAGAI LANDASAN DALAM MENENTUKAN  
STRATEGI PEMASARAN (STUDI PADA CAFE ANALOGY.CO KUDUS)**

**Oleh :**

**LUTFIA ISNAINI**

**2017-11-353**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**TAHUN 2022**



**ANALISIS SWOT SEBAGAI LANDASAN DALAM MENENTUKAN  
STRATEGI PEMASARAN (STUDI PADA CAFE ANALOGY.CO KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan  
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muria Kudus

Oleh :

**LUTFIA ISNAINI**

**2017-11-353**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**TAHUN 2022**

**ANALISIS SWOT SEBAGAI LANDASAN DALAM MENENTUKAN  
STRATEGI PEMASARAN (STUDI PADA CAFE ANALOGY.CO KUDUS)**

Nama : Lutfia Isnaini  
NIM : 201711353  
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal.....

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Dosen Pembimbing I

  
Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.  
NIDN. 0628048702

  
Dr. Drs. Ag. Sunarno H, S.H., S.Pd., M.M.  
NIDN. 0026065516

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dosen Pembimbing II

  
  
Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.  
NIDN. 0616077304

  
Noof Aziz, S.E., M.M.  
NIDN. 0609107501

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto :

- “Yakinlah, akan ada sesuatu yang menantimu selepas banyak kesabaran (yang kau jalani), yang akan membuatmu terpana hingga kau lupa betapa pedihnya rasa sakit” (Ali Bin Abi Thalib)
- “Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan, saat mereka menyerah” (Thomas Alfa Edison)

### Persembahan :

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

- Kedua orangtua saya Bapak Jumait dan Ibu Sofiati (Ibu sambung) yang selalu memberikan semangat, do'a, dukungan dan motivasi serta Almh. Ibu Asmika yang melahirkan dan mendidik saya sewaktu kecil.
- Tunangan saya M. Fajar Maulana yang selalu memberikan dukungan, dorongan, bantuan, semangat, dan motivasi.
- Sahabat seperjuangan S.M (Linda Maharani, Atina Sedalina, Eva Haniva, Dita Milenia Hamid, Nifa Rinandra Putri)
- Sahabat seperjuangan Lasem (Marhamah Ika Putri, Marceilya Salsabila, Nikmatus Sholihah)
- Almamaterku Universitas Muria Kudus

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis SWOT Sebagai Landasan Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Pada Cafe Analogy.co Kudus)”** ini dengan lancar. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat akademis dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Keberhasilan penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendukung dan membimbing, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada berbagai pihak, yang terhormat kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Nurul Rizka Arumsari, SE., MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH., S.Pd., MM selaku Dosen Pembimbing I, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan konsultasi dalam penyusunan skripsi ini. Terimakasih atas bimbingan, ilmu, dan saran yang telah diberikan, semoga Allah SWT selalu membalas dengan kebaikan dan keberkahan, Aamiin.

5. Noor Aziz, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing II, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan konsultasi dalam penyusunan skripsi ini. Terimakasih atas bimbingan, ilmu, dan saran yang telah diberikan, semoga Allah SWT selalu membalas dengan kebaikan dan keberkahan, Aamiin.
6. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
7. Keluarga besar saya, khususnya orang tua saya yang selalu mendo'akan dan memberikan dukungan moral maupun moril.
8. Sahabat-sahabat terbaikku serta orang terdekatku yang selalu memberikan dukungan, dorongan, bantuan, semangat, dan motivasi.

Penulis menyadari bahwa sepenuhnya penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan penulis dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan pengetahuan tambahan kepada para pembacanya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Kudus, 20 Februari 2022  
Penulis,

**Lutfia Isnaini**  
**2017-11-353**

# **ANALISIS SWOT SEBAGAI LANDASAN DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN (STUDI PADA CAFE ANALOGY.CO KUDUS)**

LUTFIA ISNAINI

2017-11-353

Pembimbing : 1. Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH., S.Pd., MM

2. Noor Azis, SE., MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk 1) menentukan lingkungan internal dan lingkungan eksternal pada cafe Analogy.co. 2) menentukan posisi strategi pemasaran pada cafe Analogy.co. 3) menentukan langkah-langkah strategi pemasaran pada cafe Analogy.co di masa pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT guna mengidentifikasi variabel internal yakni kekuatan dan kelemahan serta variabel eksternal yakni peluang dan ancaman cafe Analogy.co. Objek Penelitian yaitu cafe Analogy.co Kudus. Sampel variabel internal yaitu konsumen cafe Analogy.co dengan rumus Choacran diperoleh sampel sebanyak 96 responden. Sampel variabel eksternal yaitu pemilik dan karyawan sebanyak 11 responden. Uji validitas dilakukan dengan teknik korelasi dan uji reliabilitas dengan rumus Alpha Cronbach. Hasil dari penelitian ini menunjukkan nilai faktor internal yaitu 3,134 yang dapat diartikan kekuatan perusahaan tersebut baik dengan penilaian skala *likert*. Sedangkan pada kondisi eksternal Analogy.co yaitu mempunyai nilai 3,193 yang dapat diterjemahkan bahwa nilai peluang tinggi dengan penilaian skala *likert*. Hasil analisis data mengenai posisi cafe dengan mempergunakan analisis SWOT mencerminkan bahwa usaha Analogy.co cafe berada dalam fase pertumbuhan usaha. Dengan nilai IFAS 3,134 dan nilai EFAS 3,193. Strategi pemasaran yang tepat dijalankan pada Analogy.co cafe adalah dengan menggunakan strategi SO (*Strength Opportunities*). Strategi SO dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan cafe guna menangkap peluang pasar yang tinggi.

**Kata kunci: analisis SWOT, strategi pemasaran**

**SWOT ANALYSIS AS A BASIS IN DETERMINING A MARKETING  
STRATEGY (STUDY AT CAFE ANALOGY.CO KUDUS)**

LUTFIA ISNAINI

2017-11-353

Supervisor : 1. Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH., S.Pd., MM

2. Noor Azis, SE., MM

**MURIA KUDUS UNIVERSITY**

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS**

**MANAGEMENT STUDY PROGRAM**

**ABSTRACT**

*This study aims to 1) determine the internal and external environment of the Analogy.co cafe. 2) determine the position of the marketing strategy at the Analogy.co cafe. 3) determine the steps of the marketing strategy at the Analogy.co cafe during the Covid-19 pandemic. This study uses SWOT analysis to identify internal variables including strengths and weaknesses and external variables including opportunities and threats at Analogy.co cafe. The object of the research is the Kudus Analogy.co cafe. The sample of internal variables, namely Analogy.co cafe consumers with the Choacran formula, obtained a sample of 96 respondents. The sample of external variables, namely owners and employees, is 11 respondents. The validity test was carried out using the correlation technique and the reliability test using the Cronbach Alpha formula. The results of this study indicate the value of internal factors is 3.134 which can be interpreted as a good company strength with a Likert scale assessment. Meanwhile, Analogy.co's external condition has a value of 3.193 which can be interpreted as a high opportunity value with a Likert scale assessment. The results of data analysis regarding the position of the cafe using SWOT analysis show that the Analogy.co cafe business is in a business growth phase. With an IFAS value of 3.134 and an EFAS value of 3.193. The marketing strategy that is suitable to be applied to the Analogy.co cafe is to use the SO (Strength Opportunities) strategy. The SO strategy is carried out by utilizing the cafe's power to capture high market opportunities.*

**Keywords: SWOT analysis, marketing strategy**



## DAFTAR IS

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	7
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1 Pengertian Strategi Pemasaran.....	10
2.2 Lingkungan Pemasaran .....	10
2.2.1 Lingkungan Internal.....	10
2.2.2 Lingkungan Eksternal.....	15
2.3 Metode Analisis SWOT.....	19
2.3.1 Matriks Space.....	20
2.3.2 Matriks BCG ( <i>Boston Consulting Group</i> ) .....	20
2.3.3 Matriks SWOT .....	21
2.3.4 Kegunaan Analisis SWOT.....	21
2.3.5 Faktor-Faktor Analisis SWOT .....	22
2.3.6 Manfaat Analisis SWOT.....	25
2.4 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	26
2.5 Kerangka Pikir Teoritis .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1. Rancangan Penelitian .....	32
3.2 Variabel Penelitian .....	32

3.2.1 Variabel Internal .....	33
3.2.2 Variabel Eksternal .....	36
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	35
3.4. Populasi dan Sampel .....	36
3.5. Pengumpulan data .....	37
3.6. Uji Instrumen Penelitian .....	38
3.6.1 Uji Validitas .....	38
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	38
3.7. Pengolahan Data .....	39
3.8. Analisis Data .....	40
3.8.1 Pemberian Bobot dan Rating IFAS .....	40
3.8.2 Pemberian Bobot dan Rating EFAS .....	42
3.8.3 Matriks IFAS dan EFAS .....	44
3.8.3 Matriks SWOT .....	47
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
4.1 Data Umum .....	51
4.1.1 Sejarah Analogy.co .....	51
4.1.2 Struktur Organisasi .....	52
4.1.3 Kegiatan Usaha .....	54
4.1.4 <i>Reward and Punishment</i> .....	57
4.1.5 Fasilitas .....	58
4.2 Data Khusus .....	58
4.2.1 Analisis Lingkungan Internal .....	59
4.2.2 Analisis Lingkungan Eksternal .....	66
4.3 Deskripsi Responden .....	69
4.3.1 Responden Faktor Internal .....	69
4.3.2 Responden Faktor Eksternal .....	71
4.4 Uji Instrumen .....	74
4.4.1 Uji Validitas .....	74
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	76
4.5. Analisis SWOT .....	78

4.6. Pemberian bobot dan <i>rating</i> .....	80
4.7. Pelaksanaan Strategi Pemasaran .....	92
4.8. Pembahasan.....	97
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>104</b>
5.1 Kesimpulan .....	104
5.2 Saran .....	105
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>107</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>112</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Karyawan di Café Analogy.co .....	3
Tabel 1.2 Data Pendukung Fenomena Terkait .....	5
Tabel 3.1 Pemberian Bobot dan Rating IFAS .....	43
Tabel 3.2 Pemberian Bobot dan Rating EFAS .....	45
Tabel 3.3 Matriks SWOT .....	49
Tabel 4.1 Omset Penjualan Analogy.co Cafe .....	55
Tabel 4.2 <i>Reward</i> dan <i>Punishment</i> Analogy.co.....	57
Tabel 4.3 Fasilitas di Analogy.co.....	58
Tabel 4.4 Daftar Menu di Analogy.co.....	60
Tabel 4.5 Daftar Harga Makanan dan Minuman di Analogy.co.....	60
Tabel 4.6 Sarana Promosi Analogy.co .....	64
Tabel 4.7 Kepadatan Penduduk di Kecamatan Kota Kab Kudus Tahun 2020 .....	66
Tabel 4.8 Presentase Pengeluaran per Kapita di Kab Kudus.....	67
Tabel 4.9 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	69
Tabel 4.10 Responden Berdasarkan Usia .....	70
Tabel 4.11 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	71
Tabel 4.12 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	72
Tabel 4.13 Responden Berdasarkan Usia .....	72
Tabel 4.14 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	73
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Kuisisioner Variabel Internal .....	74
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Kuisisioner Variabel Eksternal .....	76
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas Kuisisioner Variabel Internal .....	77
Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas Kuisisioner Variabel Eksternal.....	77
Tabel 4.19 Indikator Bobot Kekuatan.....	80
Tabel 4.20 Indikator Bobot Kelemahan .....	82
Tabel 4.21 Indikator Bobot Peluang .....	83
Tabel 4.22 Indikator Bobot Ancaman .....	84
Tabel 4.23 Indikator Bobot Item Kekuatan.....	85
Tabel 4.24 Indikator Bobot Item Kelemahan .....	87

Tabel 4.25 Indikator Bobot Item Peluang .....	88
Tabel 4.26 Indikator Bobot Item Ancaman .....	88
Tabel 4.27 Rating Acuan Dalam Perhitungan .....	90
Tabel 4.28 Faktor Strategi Internal Analogy.co Cafe .....	92
Tabel 4.29 Faktor Strategi Eksternal Analogy.co Cafe.....	94
Tabel 4.30 Strategi SWOT .....	99



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Teoritis .....	31
Gambar 3.1 Matriks IFAS dan EFAS .....	45
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Analogy.co Cafe .....	54
Gambar 4.2 Matriks IFAS dan EFAS Analogy.co Cafe .....	96

