



**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN ANALISIS
SWOT PADA NO.8 COFFEE KUDUS**

Oleh :

LITA TRIA NINGRUM

NIM. 2017-11-496

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

2022



**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN ANALISIS
SWOT PADA NO.8 COFFEE KUDUS**

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

Oleh:

LITA TRIA NINGRUM

2017-11-496

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

2022

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN ANALISIS
SWOT PADA NO.8 COFFEE KUDUS**

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

Kudus, Agustus 2022

Mengetahui,

Ketua program Studi Manajemen

Pembimbing I

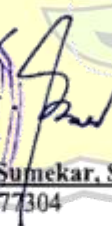

(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.)
NIDN. 0628048702


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

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II


(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.)
NIDN: 0616077304


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)
NIDN. 0024037701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Al Insyira: 5)

*“Semangatlah dalam meraih cita-cita untuk mendapatkan
keinginan yang sudah kita impikan”*

(litatrianingrum)

Skripsi ini ku persembahkan untuk :

- 1. Bapak ibu yang tercinta*
- 2. Kedua kakak saya yang tercinta*
- 3. Sahabat seperjuanganku*
- 4. Almamaterku*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin. Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia, pertolongan, rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang diberi judul **“Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Pada No.8 Coffee Kudus”**.

Penulisan skripsi ini ialah suatu bentuk kewajiban penulis dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Muria Kudus. Penulis menyadari selama proses penyusunan skripsi ini banyak memperoleh bimbingan, bantuan serta saran dari banyak pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M. Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Nurul Rizka Arumsari, S.E, M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Drs. Ag. Sunarno H, S.H, S. Pd, M.M, selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk mengarahkan, membimbing dan memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.
5. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing kedua yang meluangkan waktu untuk mengarahkan, membimbing serta memberikan masukan saran dalam penyusunan skripsi.

6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ilmu, teladan serta motivasi selama menempuh perkuliahan di Universitas Muria Kudus.
7. Seluruh staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan pelayanan akademik kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Muria Kudus.
8. Pemilik dan karyawan No. 8 Coffee Kudus serta semua responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini.
9. Kedua orang tua yang telah mendo'akan dan memberikan dukungan sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Kedua kakak saya yang telah memberikan dukungan dan doa.
11. Seluruh teman-teman yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan, bantuan dan semangatnya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena hal tersebut tidak terlepas dari kelemahan dan keterbatasan penulis. Semoga skripsi ini berguna sebagai tambahan ilmu pengetahuan serta dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Kudus, Februari 2022

Penulis,

Lita Tria Ningrum

2017-11-496

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT PADA NO.8 COFFEE KUDUS

Lita Tria Ningrum

2017-11-496

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

Pembimbing 2 : Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Penelitian ini menganalisis tentang strategi pemasaran menggunakan analisis SWOT pada No.8 Coffee Kudus. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan cara menyebar kuisioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku dan jurnal. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* untuk variabel internal, dengan responden sebanyak 96 orang yang terdiri dari konsumen, sedangkan untuk variabel eksternal menggunakan *sampling jenuh* dengan responden sebanyak 17 orang yang terdiri dari *owner* dan karyawan. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan SPSS.

Hasil analisis data pada penelitian ini menunjukkan bahwa, nilai faktor internal sebesar 3,377 yang diperoleh dari penjumlahan rating faktor kekuatan dan kelemahan. Dan untuk nilai faktor eksternal sebanyak 3,020 yang diperoleh dari penjumlahan rating faktor peluang dan ancaman. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa No.8 Coffee Kudus berada pada fase pertumbuhan atau *growth*. Dengan nilai IFAS 3,377 dan nilai EFAS 3,020, strategi pemasaran yang dapat digunakan yakni strategi SO (*Strenght Opportunities*). Dimana pemanfaatan dari kekuatan No. 8 Coffee untuk dapat menangkap peluang pasar yang ada.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Lingkungan Internal dan Eksternal, Analisis SWOT

**MARKETING STRATEGY ANALYSIS USING SWOT ANALYSIS AT NO.8
COFFEE KUDUS**

Lita Tria Ningrum

2017-11-496

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

Pembimbing 2 : Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSSINESS
STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT

ABSTRACT

This study analyzes the marketing strategy using SWOT analysis at No.8 Coffee Kudus. The types of data used are primary and secondary data. Primary data was obtained by distributing questionnaires, while secondary data was obtained from books and journals. The sampling technique used is accidental sampling for internal variables, with 96 respondents consisting of consumers, as for the external variables using saturated sampling with 17 respondents consisting of owners and employees. Data processing in this study using SPSS.

The results of data analysis in this study indicate that the internal factor value is 3,377 which is obtained from the sum of the strength and weakness factor ratings. And for the value of external factors as much as 3,020 obtained from the sum of the opportunity and threat factor ratings. The results of the SWOT analysis show that No.8 Coffee Kudus is in the growth phase. With an IFAS value of 3.377 and an EFAS value of 3.020, the marketing strategy that can be used is the SO (Strenght Opportunities) strategy. Where is the utilization of the power of No. 8 Coffee to be able to capture existing market opportunities.

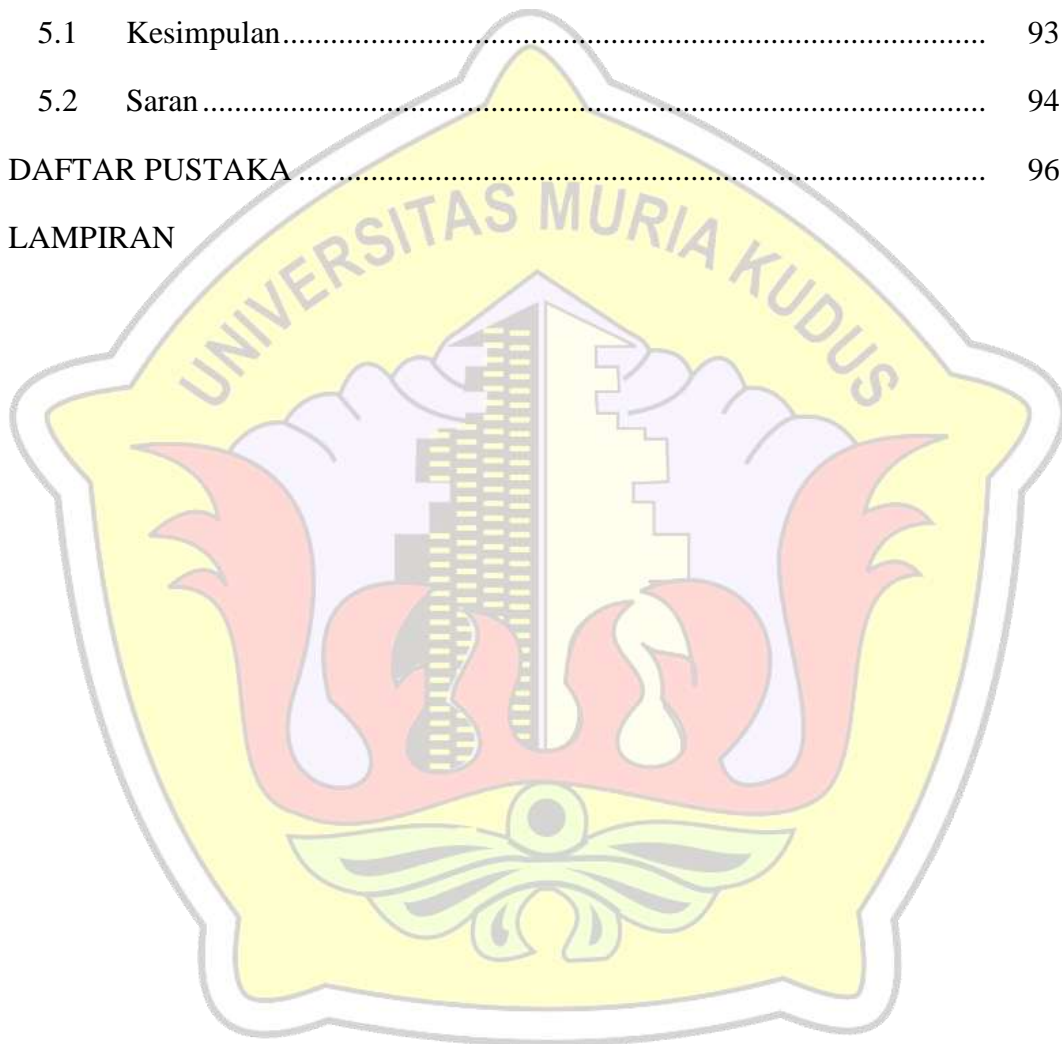
Keywords: Marketing Strategy, Internal and External Environment, SWOT Analysis.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	6
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Teori dan Argumentasi.....	9
2.1.1 Pengertian Strategi	9
2.1.2 Pengertian Pemasaran	9
2.1.3 Pengertian Strategi Pemasaran.....	10
2.1.4 Lingkungan Pemasaran	11
2.1.5 Analisis SWOT	20
2.2 Peneliti Terdahulu	25
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	28

3.1	Rancangan Penelitian	28
3.2	Variabel Penelitian	28
3.3	Jenis dan Sumber Data	33
3.4	Populasi dan Sampel	34
3.5	Pengumpulan Data	36
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	37
3.7	Pengolahan Data.....	38
3.8	Analisis Data	39
3.8.1	Matrik SWOT	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		46
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.1.1	Sejarah “No.8 Coffee”	46
4.1.2	Struktur Organisasi	47
4.1.3	Kegiatan Usaha	49
4.1.4	Reward and Punishment.....	49
4.1.5	Fasilitas	50
4.2	Penyajian Data.....	50
4.2.1	Responden Faktor Internal	50
4.2.2	Responden Faktor Eksternal	52
4.3	Analisis Data	54
4.3.1	Analisis Lingkungan Internal.....	54
4.3.2	Analisis Lingkungan Eksternal	61
4.4	Uji Instrumen.....	62
4.4.1	Uji Validitas	62
4.4.2	Uji Reliabilitas	64

4.5	Analisis SWOT.....	66
4.6	Pemberian Bobot dan Rating.....	68
4.7	Langkah-langkah Strategi Pemasaran	81
4.8	Pembahasan	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		93
5.1	Kesimpulan.....	93
5.2	Saran	94
DAFTAR PUSTAKA		96
LAMPIRAN		



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan No.8 Coffee.....	4
Tabel 2.1 Matrik SWOT	24
Tabel 3.1 Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS)	40
Tabel 3.2 Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS)	42
Tabel 3.3 Matrik SWOT	44
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	52
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	54
Tabel 4.7 Daftar Produk di “No. 8 Coffee” cafe.....	54
Tabel 4.8 Daftar Harga Makanan dan Minuman di “No. 8 Coffee”	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kuisisioner Variabel Internal.....	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kuisisioner Variabel Eksternal	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Kuisisioner Variabel Internal	65
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Kuisisioner Variabel Eksternal	65
Tabel 4.13 Indikator Bobot Kekuatan.....	68
Tabel 4.14 Indikator Bobot Kelemahan	70
Tabel 4.15 Indikator Bobot Peluang	71
Tabel 4.16 Indikator Bobot Ancaman.....	72
Tabel 4.17 Indikator Bobot Item Kekuatan.....	74

Tabel 4.18 Indikator Bobot Item Kelemahan.....	75
Tabel 4.19 Indikator Bobot Item Peluang.....	76
Tabel 4.20 Indikator Bobot Item Ancaman.....	77
Tabel 4.21 Faktor Strategi Internal “No. 8 Coffee”	78
Tabel 4.22 Faktor Strategi Eksternal “No. 8 Coffee”	80
Tabel 4.23 Matrik SWOT	86



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Data Penjualan No.8 Coffee Kudus Bulan Agustus 2020 – Juni 2021.....	5
Gambar 2.1 Diagram SWOT.....	22
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis	29
Gambar 3.1 Diagram analisis SWOT	44
Gambar 4.1 Struktur Organisasi “No. 8 Coffee”.....	49
Gambar 4.2 Diagram analisis SWOT	82

