



**ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN
UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK KOPI KAPAL API**

Oleh:

RIFQI ARFIYAN

NIM. 201811090

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

2024



**ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN
UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK KOPI KAPAL API**

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

Oleh:

RIFQI ARFIYAN

NIM. 201811090

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

2024

**ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN
UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK KOPI KAPAL API**

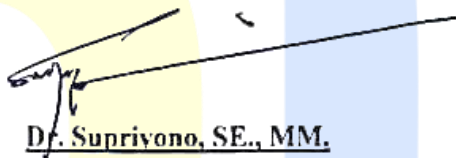
Nama : Rifqi Arfiyan
Nim : 201811090
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal.....

Pembimbing I



Dr. Supriyono, SE., MM.
NIDN. 0614037104

Pembimbing II



Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., MM.
NIDN. 0022038001

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



Noor Indah Rahmawati, SE., MM.
NIDN. 0024037701

**ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN
UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK KOPI KAPAL API**

Nama : Rifqi Arfiyan
Nim : 201811090
Program Studi : Manajemen

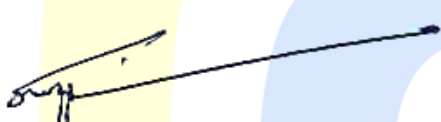
Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2024

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen


(Noor Indah Rahmawati, SE., MM.)
NIDN. 0024037701

Pembimbing I


(Dr. Supriyono, SE., MM.)
NIDN. 0614037104

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Dr. Kertani Sumekar, SE., MM.)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II


(Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., MM.)
NIDN. 0022038001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Doakan yang dikerjakan
Kerjakan yang dido’akan
Sisanya serahkan pada Allah”

PERSEMBAHAN

Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk:

1. Allah atas karunia dan ridho-Nya
2. Nabi Muhammad yang sudah memberikan tauladan yang baik
3. Kedua orangtua tercinta atas dukungan tanpa henti dan kasih tak terhingga
4. Keluarga atas segala tuturan semangat yang telah disampaikan
5. Sahabat yang selalu menghibur saat *ngelantur* dan mengingatkan saat mapan
6. Almamaterku

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang berjudul **“ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK KOPI KAPAL API”** ditulis sebagai syarat menyelesaikan Pendidikan Strata (S1) Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Selama menyusun skripsi penulis telah diberi bantuan sampai bisa diselesaikan. Sehingga penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si. sebagai Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M. sebagai Dekan Universitas Muria Kudus.
3. Nurul Rizka Arumsari, S.E, M.M. sebagai Ketua Program Studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Supriyono. S.E, M.M dan Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M. sebagai dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Para dosen dan staff pengajar di lingkungan Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan, pelayanannya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
6. Keluarga sebagai penyumbang utama semangat penulis
7. Pihak lain yang tidak bisa disebutkan secara rinci.

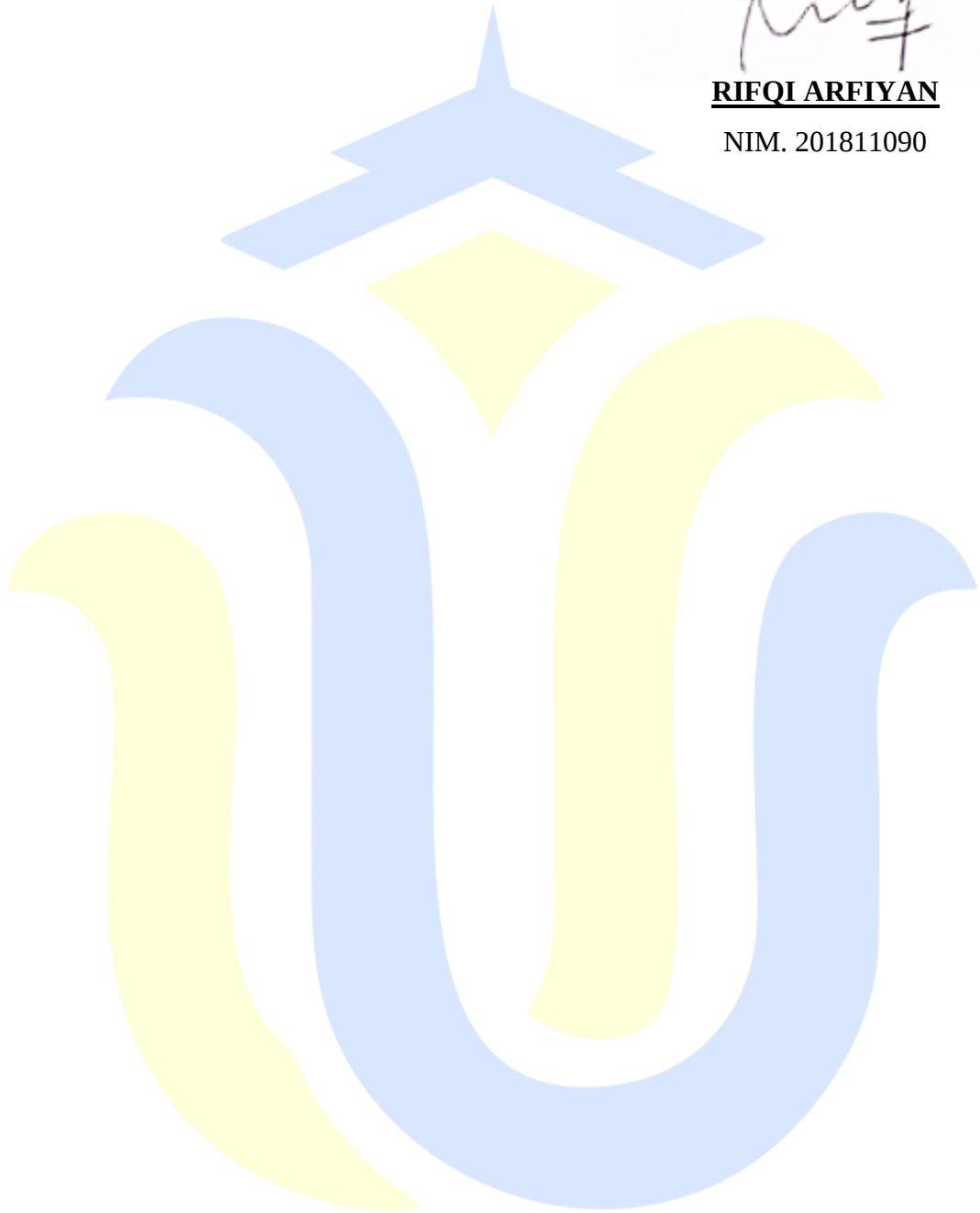
Kudus, 25 Oktober 2022

Yang bertanda tangan



RIFIQI ARFIYAN

NIM. 201811090



ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK KOPI KAPAL API

RIFQI ARFIYAN
201811090

Pembimbing1: Dr. Supriyono. S.E,M.M.
2. Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E,. M.M.

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

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing produk Kapal Api berdasarkan analisis SWOT. Metode penelitian yang digunakan ialah pendekatan deskriptif–kuantitatif. Penelitian ini mengumpulkan data dengan wawancara, kemudian diolah dan dianalisis menggunakan analisis IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factors Analysis Summary*) serta analisis SWOT untuk merancang strategi pengembangannya. Hasil yang diperoleh yaitu: (1) Kapal Api memiliki kekuatan di aspek harga pasar dan cita rasa. Harga Kopi Kapal Api terjangkau dipandang terjangkau untuk masyarakat umum serta bagi konsumen, Kopi Api memiliki cita rasa yang khas dibanding produk lain.; (2) Kapal Api memiliki kelemahan di aspek bonus pembelian dan variasi produk. Kopi Kapal Api tidak memberi bonus untuk setiap pembelian 1 sachet maupun pembelian dengan jumlah tertentu. Selain itu, Kopi Kapal Api kurang menyediakan pilihan menu kopi hitam yang bervariasi.; (3) Kapal Api memiliki peluang di aspek kualitas produk dan bentuk kemasan. Di mata konsumen, kopi Kapal Api dipandang memiliki kualitas produk yang baik serta Kopi Kapal Api memiliki bentuk kemasan yang khas dan menarik.; (4) Kapal Api memiliki ancaman di aspek komitmen konsumen dan kegiatan promosi. Konsumen kurang senang mengonsumsi Kopi Kapal Api, bahkan konsumen tidak memberi jaminan bahwa mereka tidak akan beralih dari Kopi Kapal Api. Selain itu, Kopi Kapal Api bisa dibilang kurang aktif dalam melakukan kegiatan promosi untuk mengenalkan produk dan di mata konsumen kegiatan promosi yang dilakukan belum membuat mereka ingin mengonsumsi kopi Kapal Api.; serta (5) Posisi Kopi Kapal Api berada di kuadran I yang merupakan keadaan yang sangat menguntungkan karena memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan kesempatan yang ada.

Kata-kata Kunci: Analisis SWOT; EFAS; IFAS; Kapal Api; Strategi Pemasaran;

SWOT ANALYSIS AS A MARKETING STRATEGY TO INCREASE THE COMPETITIVENESS OF FKOPi KAPAL API PRODUCTS

RIFQI ARFIYAN
201811090

Pembimbing1: Dr. Supriyono. S.E,M.M.
2. Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E,. M.M.

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

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze marketing strategies that can be used to increase the competitiveness of Kapal Api products based on SWOT analysis. The research method used is a descriptive-quantitative approach. This research collects data by interview, then it is processed and analyzed using IFAS (Internal Factors Analysis Summary) and EFAS (External Factors Analysis Summary) analysis as well as SWOT analysis to design its development strategy. The results obtained are: (1) Kapal Api has strength in terms of market price and taste. The affordable price of Kapal Api Coffee is considered affordable for the general public as well as for consumers, Kopi Api has a distinctive taste compared to other products; (2) Kapal Api has weaknesses in terms of purchase bonuses and product variations. Kopi Kapal Api does not give a bonus for every purchase of 1 sachet or purchases of a certain amount. In addition, Kapal Api Kopi Kapal Api does not provide a variety of black coffee menu choices; (3) Kapal Api has opportunities in terms of product quality and packaging form. In the eyes of consumers, Kapal Api coffee is considered to have good product quality and Kapal Api coffee has a distinctive and attractive packaging form.; (4) Kapal Api poses a threat in terms of consumer commitment and promotional activities. Consumers are not happy to consume Kapal Api Coffee, and consumers do not even give guarantees that they will not switch from Kopi Kapal Api. In addition, Kopi Kapal Api is arguably less active in carrying out promotional activities to introduce products and in the eyes of consumers the promotional activities carried out have not made them want to consume Kapal Api coffee.; and (5) The position of Kopi Kapal Api is in quadrant I which is a very favorable situation because it has opportunities and strengths so that it can take advantage of existing opportunities.

Keywords: SWOT analysis; EFAS; IFAS; Kapal Api; Marketing strategy;

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Ruang Lingkup	4
1.3. Perumusan Masalah.....	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Analisis SWOT.....	8
2.2. Fungsi	8
2.3. Faktor.....	9
2.4. Diagram Analisis SWOT.....	10
2.5. Kerangka Pemikiran Teoretis	11
BAB III METODE PENELITIAN.....	13
3.1. Rancangan Penelitian	13
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	13
3.2.1. Variabel Penelitian.....	13
3.2.2. Definisi Operasional.....	14
3.3. Jenis dan Sumber Data	15
3.4. Populasi, Sampel Data, dan Teknik Sampling	16
3.5. Pengumpulan Data.....	17
3.6. Analisis Data	18
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	20

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	20
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	20
4.1.1. Gambaran Umum.....	20
4.1.2. Visi dan Misi.....	21
4.2. Penyajian Data.....	21
4.3.1. Karakteristik Responden	21
4.3.2. Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner.....	23
4.3. Hasil.....	25
4.4.1. Analisis Internal	26
4.4.2. Analisis Eksternal.....	27
4.4. Analisis SWOT.....	29
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	42
5.1. Kesimpulan.....	42
5.2. Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA	45
DAFTAR LAMPIRAN.....	47
Lampiran 1: Kuesioner.....	47
Lampiran 2: Tabulasi Kuesioner.....	48
Lampiran 3: Frekuensi Data.....	51
Lampiran 4: Pengolahan Data.....	52

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Matriks IFAS	18
Tabel 3.2 Matriks EFAS	19
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	22
Tabel 4.2 Karakteristik Umur Responden	22
Tabel 4.3 Karakteristik Masa Kerja Responden	23
Tabel 4.4 Respon Dari Responden Untuk Setiap Butir Kuesioner	24
Tabel 4.5 IFAS (<i>Internal Strategic Factors Analysis Summary</i>)	31
Tabel 4.6 EFAS (<i>External Strategic Factors Analysis Summary</i>)	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Analisis SWOT Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan
Daya Saing Produk Kopi Kapal Api

12

