

PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING BISNIS DI KAFE "BLACKBONE COFFEE" YOGYAKARTA

INTISARI

Oleh :

Palupi Galuh Pinasthika
12/333189/TP/10450

Kopi merupakan minuman yang terkenal di berbagai negara di dunia, termasuk Indonesia. Awalnya, masyarakat Indonesia mengkonsumsi kopi hanya berupa kopi bubuk instan yang diseduh di rumah. Saat ini masyarakat Indonesia mengkonsumsi kopi berupa kopi yang digiling kemudian diseduh dengan maupun tanpa menggunakan mesin *espresso*. Perkembangan usaha minuman kopi memberikan peluang bagi para pengusaha. Analisis SWOT adalah analisis yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Analisis lingkungan internal disebut juga analisis kekuatan dan kelemahan perusahaan. Sedangkan lingkungan eksternal dapat dikatakan sebagai komponen-komponen lingkungan yang berasal dari luar perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode wawancara dan kuesioner yang dibagi ke dalam dua tahap. Wawancara dilakukan kepada pemilik kafe *Blackbone Coffee*, sedangkan kuesioner diberikan kepada pengunjung kafe. Hasil tersebut kemudian diolah dengan menggunakan unsur marketing mix, analisis EFAS dan IFAS, serta analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan posisi kafe *Blackbone Coffee* yang berada pada posisi *stability*. Strategi pemasaran yang tepat diterapkan pada kafe *Blackbone Coffee* yaitu dengan melengkapi fasilitas-fasilitas dan kegiatan-kegiatan yang belum tersedia, meningkatkan dan memperbaiki kualitas produk, harga, dan pelayanan agar tidak kalah bersaing, serta memanfaatkan berbagai media komunikasi untuk mempromosikan kafe *Blackbone Coffee* sesuai dengan sasaran konsumennya.

Kata kunci : *Blackbone Coffee*, kopi, *marketing mix*, SWOT

Dosen Pembimbing : Dr. Novita Erma Kristanti, STP., MP
Dr. Nafis Khuriyati, STP., M.Agr

**DESIGNING MARKETING STRATEGIES IN IMPROVING BUSINESS
COMPETITIVENESS AT "BLACKBONE COFFEE" CAFE YOGYAKARTA**

ABSTRACT

By :

Palupi Galuh Pinasthika

12/333189/TP/10450

Coffee is one of the most popular drink in the world, including Indonesia. Originally, Indonesian folks are only familiar with powdered instant coffee, hence they often consume it by brewing it at home. Nowadays, people are likely to consume ground coffee rather than the powdered instant coffee, which will later be brewed with or without espresso machine. The development of coffee creates an opportunity to many businessman to start a coffee business. SWOT analysis is an analysis that is based on logic that can maximize strengths and opportunities, and also can simultaneously minimize weaknesses and threats. Internal environment analysis is also called an analysis of the strengths and weaknesses of the company. While the external environment can be said to be environmental components from outside the company. This study was conducted using interview and questionnaire methods that divided into two stages. Interviews were done to the owner of Blackbone Coffee, and the questionnaires was given to the customers. The results are then processed using marketing mix, EFAS and IFAS analysis, and SWOT analysis. The results obtained from this study is the position of Blackbone Coffee that is in the stability position. Marketing strategy that should be applied to Blackbone Coffee is to complete the facilities and activities that are not yet available improve and fix product quality, price and service, and utilize various communication media to promote Blackbone Coffee in accordance with consumers target.

Keywords : Blackbone Coffee, coffee, marketing mix, SWOT

Dosen Pembimbing : Dr. Novita Erma Kristanti, STP., MP
Dr. Nafis Khuriyati, STP., M.Agr