

UMKM Coffee Shop Marketing Strategy (Case Study on Coffee War, Kemang)

Oleh Riski Hasanah

Abstract

Marketing Strategy at Coffee War Kemang, South Jakarta. Today many coffee shops have been established. One of them is Coffee War. High demand and intense competition among coffee shops bring Coffee War management in a position to prepare themselves to compete with other companies in the same line of business. The main objective of this research is to analyze and formulate the company's best marketing strategy with regard to the internal and external environment. The method used in this research is qualitative with IFE matrix, EFE matrix, IE matrix, SWOT matrix, and QSP matrix. The IFE and EFE matrices indicate that the company has good internal conditions and moderate external conditions. IE matrix shows that the company is in a position to grow and develop. Five alternative strategies were formulated from the results of the SWOT matrix with the first priority strategy being to increase promotion activities

Keywords: Coffee Shop, IFE, EFE, IE, QSP, SWOT.

Strategi Pemasaran UMKM *Coffee Shop* (Studi Kasus pada *Coffee War*, Kemang)

Oleh Riski Hasanah

Abstrak

Strategi Pemasaran pada *Coffee War* Kemang, Jakarta Selatan. Saat ini banyak kedai kopi telah berdiri. Salah satunya adalah *Coffee War*. Tingginya permintaan dan persaingan yang ketat diantara kedai kopi membawa manajemen *Coffee War* dalam posisi mempersiapkan diri untuk bersaing dengan perusahaan lain dibidang usaha yang sama. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan merumuskan strategi pemasaran terbaik perusahaan ini berkenaan dengan lingkungan internal dan eksternal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, matriks SWOT, dan matriks QSP. Matriks IFE dan EFE menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kondisi internal yang baik dan kondisi eksternal yang sedang. Matriks IE menunjukkan bahwa perusahaan tersebut berada pada posisi tumbuh dan bina. Lima strategi alternatif dirumuskan dari hasil matriks SWOT dengan strategi prioritas pertama adalah meningkatkan kegiatan promosi.

Kata kunci: Kedai Kopi, IFE, EFE, IE, QSP, SWOT.