

SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KONG DJIE *COFFEE*

DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN

(STUDI KASUS KONG DJIE *COFFEE* PATTIMURA)



**Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Terapan Pariwisata**

Disusun Oleh:

NABILA KATRINA

317101012

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA**

2021

SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KONG DJIE *COFFEE*

DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN

(STUDI KASUS KONG DJIE *COFFEE* PATTIMURA)



**Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Terapan Pariwisata**

Disusun Oleh:

NABILA KATRINA

317101012

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA**

2021

HALAMAN PENGESAHAN
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KONG DJIE *COFFEE*
DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN
(STUDI KASUS KONG DJIE *COFFEE* PATTIMURA)



Disusun Oleh:

NABILA KATRINA

317101012

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I

Drs. Prihatno, M.M.

NIDN 0526125901

Pembimbing II

Dra. Nuharani Erningdyah, M.Pd

NIDN 0530046603

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pengelolaan Perhotelan

Hermawan Prasetyanto, S.ST, M.M.

NIDN 0516057102

BERITA ACARA UJIAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KONG DJIE COFFEE DALAM
MENGHADAPI PERSAINGAN
(STUDI KASUS KONG DJIE COFFEE PATTIMURA)
SKRIPSI**

Oleh

NABILA KATRINA

NO.MIIS: 317101012

Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji

Dan Dinyatakan Lulus

Pada Tanggal 5 Juli 2021

TIM PENGUJI

Penguji Utama : Angela Ariani, S.H., M.M.

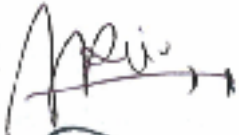


NIDN: 0530106001

Penguji II : Drs. Prihatno, M.M.

NIDN: 0526125901

Penguji III : Dra. Nuharani Erningdyah, M.Pd.

NIDN: 0530046603

()
()
()

Mengetahui

Ketua Sekolah Tinggi AMPTA Yogyakarta



Drs. Prihatno, M.M.

NIDN 0526125901

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nabila Katrina

NIM : 317101012

Jurusan : D4 Pengelolaan Perhotelan

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Kong Djie *Coffee* Dalam
Menghadapi Persaingan (Studi Kasus Kong Djie *Coffee*
Pattimura)

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis menjadi acuan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 26 April 2021



METERAI
TEMPEL
10000
733A/X272607602
Nabila Katrina

(317101012)

HALAMAN MOTTO

“Man shabara zhafira. Siapa yang bersabar akan beruntung. Jangan risaukan penderitaan hari ini, jalani saja dan lihatlah apa yang akan terjadi di depan. Karena yang kita tuju bukan sekarang, tapi ada yang lebih besar dan prinsipil, yaitu menjadi manusia yang telah menemukan misinya dalam hidup.”

(Ahmad Fuadi)

“Orang berkemampuan rata-rata tidak tahu apa-apa yang lebih tinggi daripada dirinya. Tapi orang berbakat selalu bisa menyadari suatu kegeniusan.”

(Sherlock Homes)

“Jika kamu tidak tahan dengan lelahnya belajar maka kamu harus tahan dengan perihnya kebodohan”

(Imam Syafii)

Bermimpilah, karena Tuhan akan memeluk mimpi-mimpi itu

(Andrea Hirata)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur kepada Allah S.W.T, karya kecil dan sederhana ini saya persembahkan sebagai wujud rasa hormat dan terimakasih yang tak terhingga kepada orang-orang terdekat dan tercinta. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kepada kedua orang tua saya, Ibu Evawani Allisa dan Bapak Erwansyah, saya ucapkan banyak terima kasih atas segala hal yang sudah diberikan selama ini untuk cinta, kasih sayang, semangat, dan dukungan dari segi materi maupun doa untuk kebaikan saya.
2. Untuk diri saya sendiri, terima kasih karena telah mampu berjuang dalam menggapai misi yang telah direncanakan.
3. Untuk Nenek saya, Hidana Rahim Wahab terima kasih untuk kasih sayang, dukungan, dan doa yang tak henti-hentinya untuk kelancaran dan kebaikan saya.
4. Untuk adik saya, Reivan Altamis terima kasih untuk dukungan dan kasih sayang yang telah diberikan.
5. Untuk Muhamad Rizki Darmawan, terima kasih karena selalu ada selama proses pembuatan skripsi berlangsung.
6. Teman-teman Pengelolaan Perhotelan A angkatan 2017 terima kasih atas kebersamaannya selama menempuh pendidikan di STP AMPTA Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat-Nya serta dengan usaha sepenuh hati, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Terapan Pariwisata pada Program Studi Pengelolaan Perhotelan Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti menyampaikan rasa terima kasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah berperan, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam mewujudkan skripsi ini. Ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya secara ikhlas penulis ucapkan kepada:

1. Drs. Prihatno, M.M. Selaku pembimbing I sekaligus Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah sabar dan bijaksana dalam memberikan bimbingan, arahan dan ilmu yang terbaik serta waktu dalam penulisan skripsi ini.
2. Dra. Nuharani Erningdyah, M.Pd. Selaku pembimbing II yang dengan sabar dan bijaksana dalam memberikan bimbingan, pengarahan, ilmu yang terbaik serta waktu dalam penulisan skripsi ini.
3. Angela Ariani, S.H., M.M. Selaku penguji utama yang telah meluangkan waktu untuk menguji skripsi saya dan memberi kesempatan kepada saya untuk menjelaskan skripsi secara keseluruhan.

4. Hermawan Prasetyanto, S.ST, M.M. selaku Ketua jurusan Prodi Pengelolaan Perhotelan
5. Bapak Ali Harjono selaku manager Kong Djie *Coffee* Pattimura yang dengan bijaksana dalam bekerjasama selama membantu memberikan informasi selama penelitian berlangsung.
6. Bapak Heri selaku Karyawan Kong Djie *Coffee* Pattimura yang telah meluangkan waktu untuk memberikan informasi selama penelitian berlangsung.
7. Para responden yang telah meluangkan waktu untuk memberikan informasi dan jawaban yang membantu peneliti lebih baik lagi dalam penelitian ini.

Semoga bantuan Bapak/Ibu dan para responden mendapatkan keberkahan serta dicatat sebagai amal ibadah oleh Tuhan Yang Maha Esa. Dan semoga penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak maupun pengembangan ilmu pengetahuan. Tak lupa penulis berharap adanya kritik dan saran dari semua pembaca untuk perbaikan dan penulisan skripsi berikutnya.

Akhir kata peneliti mengucapkan terima kasih banyak.

Yogyakarta, 26 April 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN BERITA ACARA UJIAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB IPENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
A. Landasan Teori	6
1. Strategi Pemasaran.....	6
a. Pengertian Strategi	6
b. Pengertian Pemasaran.....	7

c. Pengertian Strategi Pemasaran.....	7
d. Bauran Strategi Pemasaran	9
2. Persaingan Usaha	15
a. Pengertian Pesaing	15
b. Identifikasi Pesaing	15
B. Kerangka Pemikiran Teoritik	16
C. Penelitian Terdahulu	17
BAB III METODE PENELITIAN	20
A. Jenis Penelitian.....	20
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	21
C. Teknik Cuplikan	21
D. Sumber Data.....	21
1. Data Primer	22
2. Data Sekunder	22
E. Teknik Pengumpulan Data.....	22
1. Wawancara	23
2. Observasi.....	23
3. Dokumentasi.....	24
4. Kuesioner	24
F. Keabsahan Data.....	24
G. Metode Analisis Data	25
1. Analisis SWOT	26
a. Pengertian Analisis SWOT	26

b. Tujuan Analisis SWOT	26
c. Manfaat Analisis SWOT	27
2. Analisis matrik SWOT	27
a. Matriks SWOT	27
b. Matriks Internal Analysis Summary (IFAS)	29
c. Matriks Eksternal Analysis Summary (EFAS).....	30
d. Diagram Analisis SWOT	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	33
1. Profil Kong Djie Pattimura.....	33
2. Visi dan Misi Kong Djie Pattimura.....	34
a. Visi Kong Djie Pattimura.....	35
b. Misi Kong Djie Pattimura	35
3. Logo Kong Djie Pattimura	35
4. Struktur Organisasi Kong Djie Pattimura.....	36
B. Identifikasi Strategi Pemasaran 7p	38
1. Product (Produk)	38
2. Price (Harga).....	43
3. Place(Tempat).....	47
4. Promotion (Promosi).....	49
5. People(Partisipan).....	52
6. Process(Proses)	54
7. Physical Evidence (Bukti Fisik)	57

C. Pembahasan Analisis SWOT	59
1. Analisis Faktor Internal dan Eksternal.....	60
2. Strategi pemasaran dengan menggunakan matriks IFAS dan EFAS	69
a. Matriks IFAS (internal factors analysis summary)	69
b. Matriks EFAS (eksternal factors analysis summary).....	72
D. Matriks SWOT	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
A. KESIMPULAN	92
B. SARAN	93

DAFTAR TABEL

3.1 Tabel Matriks SWOT	28
4.1 Tabel Analisis Faktor Internal	67
4.2 Tabel Analisis Faktor Eksternal.....	68
4.3 Matriks IFAS Bauran Pemasaran 7p.....	70
4.4 Matriks EFAS Bauran Pemasaran 7p.....	73
4.5 Tabel Hasil Matriks SWOT.....	77

DAFTAR GAMBAR

1.1 Kerangka Penelitian	17
3.1 Diagram Analisis SWOT.....	31
4.1 Halaman Depan Kong Djie Coffee Pattimura	33
4.2 Logo Kong Djie Coffee Pattimura	35
4.3 Struktur Organisasi Kong Djie Coffee Pattimura.....	36
4.4 Facebook Kong Djie Coffee Pattimura	51
4.5 Diagram Analisis SWOT.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Penelitian

Lampiran 2 Hasil wawancara dengan responden

Hasil wawancara dengan Manager Kong Djie Coffee Pattimura

Hasil wawancara dengan Karyawan Kong Djie Coffee Pattimura

Hasil wawancara dengan Konsumen 1 (satu) Kong Djie Coffee
Pattimura

Hasil wawancara dengan Konsumen 2(dua) Kong Djie Coffee
Pattimura

Lampiran 3 Hasil Penghitungan Rating

Hasil penghitungan rating kekuatan

Hasi penghitungan rating kelemahan

Hasil Penghitungan rating peluang

Hasil Penghitungan rating ancaman

Lampiran 4 Hasil Penghitungan Bobot Internal dan Eksternal

Hasil penghitungan bobot internal (Kekuatan dan Kelemahan)

Hasil peghitungan bobot eksternal (Peluang dan ancaman)

Lampiran 5 Kuesioner Penelitian

Lampiran 6 Dokumentasi Penelitian

Lampiran 7 Lembar Bimbingan

ABSTRAK

Banyaknya *pesaing* atau competitor dalam dunia bisnis mengharuskan pihak Kong Djie Coffee Pattimura melakukan strategi agar bisa unggul dalam menghadapi persaingan dan tetap bertahan bahkan dapat meningkatkan penjualan.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan kuesioner. Wawancara dengan Manager Kong Djie Pattimura, Karyawan Kong Djie Pattimura, dan 2(dua) Konsumen Kong Djie Pattimura dengan total 4(empat) responden, dan kuesioner dengan jumlah 10 responden. Analisis data menggunakan analisis SWOT dipadukan dengan bauran pemasaran 7p (*Price, Product, Place, Promotion, People, Process, and Pshycal Evidence*)

Berdasarkan matriks IFAS kekuatan terbesar terdapat pada peralatan makanan dan minuman yang digunakan sudah memenuhi standar kebersihan makanan dengan skor bobot 0.196. Sedangkan kelemahan terbesar terdapat pada jumlah karyawan yang minim dengan skor bobot 0.163. Untuk matriks EFAS Peluang tertinggi terdapat pada tersedia produk dalam bentuk kemasan memudahkan pengunjung dari luar pulau Belitung untuk dibawa sebagai oleh-oleh kuliner khas Kong Djie sebagai identitas kopi Belitung dengan skor bobot 0.236 Untuk ancaman tertinggi terdapat pada fasilitas yang lebih lengkap di kedai kopi franchise yang lain dengan skor bobot 0.142.

Berdasarkan penjumlahan matriks IFAS dengan skor total 1.457 dan EFAS dengan skor total 0.959, didapatkan posisi Kong Djie Coffee Pattimura berada pada kuadran I (positif, positif) yang menandakan bahwa Kong Djie Pattimura memiliki kekuatan yang dapat menutupi kelemahan, dan memiliki peluang yang dapat meminimalisir ancaman dalam menghadapi persaingan, dan rekomendasi strategi yang dibutuhkan adalah progresif. Dimana strategi ini bisa dilakukan dengan cara meningkatkan penjualan, meningkatkan kapasitas produksi, dan meningkatkan kapasitas tenaga kerja.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di masa sekarang ini, bidang usaha makanan dan minuman sudah berkembang pesat. Banyak sekali jenis usaha makanan dan minuman seperti restoran, rumah makan, *bar*/rumah minum, bakeri, dan *coffee house* (kedai kopi) .

Kedai kopi sudah menjadi hal yang biasa di masyarakat luas, tidak hanya menjual kopi saja. Namun, kedai kopi sekarang sudah memiliki menu yang beragam seperti teh, jus, makanan ringan maupun makanan berat. Keberadaan kedai kopi saat ini dimanfaatkan oleh konsumen untuk berbagai tujuan, ada yang mampir untuk sekedar menghabiskan waktu, mengadakan pertemuan/*meeting point* atau sekedar bersantai bersama keluarga maupun teman.

Di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, tepatnya di Kabupaten Belitung, saat ini sudah memiliki beberapa kedai kopi yang sering dikunjungi oleh semua kalangan masyarakat. Meskipun sudah banyak kedai kopi di Belitung, terdapat sebuah nama kedai kopi yang masih terkenal di kalangan masyarakat hingga saat ini yaitu Kong Djie *Coffee*.

Kong Djie *Coffee* merupakan kedai kopi yang telah berdiri sejak tahun 1943. Kedai kopi ini bisa dibeli untuk pengusaha yang ingin membuka usaha kedai kopi atau istilah dalam dunia bisnis disebut dengan waralaba (*franchise*). Perkembangan Kong Djie Pattimura meningkat pesat dari tahun ke tahun, di daerah Belitung sudah memiliki lebih dari sepuluh *outlet*. Tidak hanya di Belitung saja, *franchise* Kong Djie ini sudah ada di berbagai kota seperti Jakarta, Yogyakarta, Bandung, Bali, Surabaya, dan sebagainya. Perkembangan ini juga diikuti semakin banyaknya kedai kopi *franchise* yang bermunculan seperti contohnya Janji Jiwa yang merupakan salah satu pesaing Kong Djie *Coffee* Pattimura karena lokasinya yang berdekatan dengan Kong Djie *Coffee* Pattimura.

Janji Jiwa merupakan kedai kopi *franchise* yang baru berusia kurang lebih 3 (tiga) tahun terhitung dari tahun 2018 dan sudah memiliki *outlet* di berbagai kota di Indonesia. Dalam kurun waktu 1 (satu) tahun, kedai kopi ini telah memiliki 700 gerai dan tersebar dalam 50 kota di Indonesia, salah satunya berada di Belitung.

Meskipun telah banyak pesaing baru, Kong Djie *Coffee* tetap bisa mempertahankan konsumennya agar tidak berpaling pada pesaingnya. Di dalam dunia bisnis, terutama di bidang kopi ini. Sebuah usaha harus memiliki strategi pemasaran yang tepat dan efektif agar bisa unggul dalam menghadapi persaingan untuk tetap bertahan bahkan dapat meningkatkan

penjualan. Di sini, peneliti akan mengambil data yang akan digunakan dalam penelitian melalui Kong Djie *Coffee* Pattimura, yang terletak di jalan Pattimura, Kabupaten Belitung.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh suatu pemikiran bahwa, suatu usaha bisnis tentu mempunyai strategi tersendiri agar bisa mempertahankan usahanya di tengah pesaing yang begitu banyak. Demikian pula Kong Djie *Coffee* ini tentu memiliki strategi dalam menghadapi pesaing di tengah banyaknya kedai kedai kopi *franchise* yang baru.

Maka dari itu, penulis membuat penelitian yang berjudul **“Analisis Strategi Pemasaran Kong Djie *Coffee* Dalam Menghadapi Persaingan (Studi Kasus Kong Djie *Coffee* Pattimura)”**.

B. Fokus Masalah

Untuk memfokuskan penelitian, peneliti membatasi ruang lingkup penelitian agar pembahasan tidak meluas dan akan lebih terfokus. Maka dari itu, penulis akan memfokuskan pada bagaimana strategi pemasaran Kong Djie *Coffee* melalui 7p (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, and Physical Evidence*) dalam menghadapi persaingan antar kedai kopi *franchise* yang lain.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran melalui 7p (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, and Physical Evidence*) dalam menghadapi persaingan antar kedai kopi *franchise* yang semakin kompetitif saat ini.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak

1. Manfaat teoritis

Dapat menambah ilmu pengetahuan tentang strategi pemasaran dan juga sebagai sarana untuk menerapkan ilmu yang telah diperoleh di bangku kuliah untuk terjun ke lapangan langsung khususnya tentang strategi pemasaran

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Kongdjie Cofee Pattimura

Penelitian ini dapat digunakan Kongdjie *Coffee* Pattimura untuk mengambil keputusan mengenai tindakan korektif yang perlu diambil sehingga dapat meningkatkan volume penjualan di tengah tengah persaingan kedai kopi, baik dari pesaing pesaing lama maupun pesaing baru.

b. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini dapat memberikan pengalaman yang berharga dan dapat menambah pengetahuan penulis khususnya mengenai strategi pemasaran

c. Untuk akademik

Untuk tambahan informasi dan sebagai bahan referensi untuk perpustakaan STP AMPTA.