

ABSTRAK

SENDI GUSTIANA ALIFUDIN 021122048. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Alam Koneng *Cafe & Eat Hub* Di Bojong Koneng Sentul. Di bawah bimbingan : ANWAR SULAIMAN dan EKA PATRA, 2026.

Strategi pemasaran merupakan suatu hal yang sangat penting dan berpengaruh terhadap suatu bisnis. Persaingan bisnis yang semakin ketat membuat para pembisnis memerlukan strategi pemasaran yang efektif untuk bersaing, salah satunya melalui bauran pemasaran (*marketing mix*) yang mencakup tujuh elemen utama: Produk (*Product*), Tempat (*Place*), Harga (*Price*), Promosi (*Promotion*), Orang (*People*), Proses (*Process*), dan Bukti Fisik (*Physical Evidence*). Setelah perencanaan bisnis ditetapkan, analisis mendalam melalui SWOT diperlukan untuk mendukung keberhasilan. Analisis SWOT dapat mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman), sehingga membantu merumuskan strategi pemasaran yang efektif.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pemasaran dan merumuskan rekomendasi strategi dalam meningkatkan daya saing Alam Koneng *Cafe & Eat Hub*. Populasi pada penelitian ini adalah pihak internal *cafe* yang terdiri dari pemilik dan karyawan serta pihak eksternal *cafe* yaitu pelanggan. Dengan metode pengambilan sampel *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan kriteria tertentu.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan analisis SWOT melalui tahap matriks yang terdiri dari Analisis IFAS dan Analisis EFAS. Analisis IFAS menunjukkan bahwa kekuatan internal *café* (skor 2,81) jauh lebih dominan dibandingkan kelemahan (skor 0,44), dan Analisis EFAS menunjukkan bahwa peluang eksternal (skor 2,88) juga lebih besar dibanding ancaman (skor 0,33). Kombinasi kedua faktor tersebut menempatkan *café* pada posisi diagram di Kuadran I (strategi SO), yang menandakan bahwa posisi strategi *cafe* sangat menguntungkan di mana kekuatan internal mampu memaksimalkan peluang eksternal secara optimal. Artinya, strategi pemasaran *café* dapat diarahkan secara agresif untuk memperluas pasar, meningkatkan inovasi, dan memperkuat posisi di industri kuliner wisata Sentul. Sehingga strategi yang dapat dilakukan diantaranya membuat konten *marketing* dengan menampilkan keunggulan *café* yang di miliki dan Membuat inovasi produk kopi dengan biji kopi asal UMKM setempat (Bojong Koneng).

Kata Kunci: strategi pemasaran, daya saing, persaingan bisnis, *marketing mix*, analisis SWOT.