

Analisis Strategi Pemasaran di Warkop Bardiman Seturan Raya, Desa Catur Tunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Yogyakarta

Oleh: Rajamuddin

Dibimbing oleh: Indah Widowati dan Budiarto

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis posisi strategi yang tepat diterapkan pada Warkop Bardiman untuk menghadapi persaingan dan mengetahui dan menganalisis strategi yang tepat diterapkan pada Warkop Bardiman untuk menghadapi persaingan. Metode dasar penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan metode pelaksanaan yaitu menggunakan studi kasus. Teknik pengambilan responden menggunakan metode sensus yang terdiri dari 12 orang. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder dengan metode pengumpulan data yaitu wawancara, kuesioner, dan pencatatan. Teknik analisis data yang digunakan adalah matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE), matriks Evaluasi Faktor Internal (EFI), matriks IE, matriks SWOT, dan matriks SPACE. Hasil penelitian ini adalah faktor lingkungan internal dan eksternal Warkop Bardiman yang terdiri dari faktor kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman. Strategi yang tepat diterapkan di Warkop Bardiman adalah strategi SO strategi yang dapat dilakukan yaitu penetrasi pasar dengan membuka cabang di sekitar Yogyakarta dan mengikuti pameran-pameran di Daerah Yogyakarta. Posisi strategi yang tepat diterapkan di Warkop Bardiman berada pada kuadran agresif.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Warkop Bardiman, Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks SWOT, Matriks SPACE

**The Analysis of Marketing Strategies in Bardiman Coffe Shop Seturan
Raya, Catur Tunggal Village, Depok Distrik, Sleman Regency, Yogyakarta**

By: Rajamuddin

Supervised by: Indah Widowati and Budiarto

ABSTRACT

The purpose of research are to know and analyse the strategic position that is exactly applied in Bardiman coffe shop. This strategy is used to confront the rivalry, know and analyse the exact strategy in Bardiman coffe shop. The basic method of research is used that is descriptive. The implementation of research can apply the case study method. This research selects twelve respondents by using cencus method. The data are used of primary and secondary data by collected data method those are interview, questioner, and entry. The technique of data analysis is external factor evaluation matrix, internal factor evaluation matrix, IE matrix, SWOT matrix, and SPACE matrix. The results of research are internal envirenment and external invirenment of Bardiman coffe shop as such as strength, weakness, opportunity, threat. The best strategy is applied exactly in Bardiman coffe shop that is SO strategy. The strategy that can be done is market penetration by opening branch in Yogyakarta and following shows in Yogyakarta. The strategy position is applied exactly in Bardiman coffe shop that is at aggressive.

Key words: Marketing strategy, Bardiman coffee shop, IFE matrix, EFE matrix, IE matrix, SWOT matrix, SPACE matrix.