

ABSTRAK

M. Miftah Mufti Sholeh, Nomor Induk Mahasiswa 152200031, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul penelitian Analisis Strategi Pemasaran dengan Metode *Business Model Canvas* (BMC) dan Pendekatan Analisis SWOT (Studi pada Kedai Lembayung *Coffee* di Yogyakarta). Pembimbing 1 Ibu Dr. Saaptika Kancana, S.S., M.Si.

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) merupakan salah satu daerah yang memiliki jumlah pelajar dan mahasiswa yang relative besar. Mayoritas pelajar dan mahasiswa masa kini seringkali memiliki gaya hidup “nongkrong” dikedai atau *coffee shop*. Hal tersebut yang menjadikan tingginya Jumlah pebisnis kedai kopi di DIY. Tingginya jumlah pebisnis kopi tersebut menimbulkan persaingan yang cukup ketat. Salah satu kedai kopi yang berjuang dalam persaingan tersebut adalah kedai Lembayung *Coffee*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui formulasi strategi pemasaran yang tepat untuk kedai Lembayung *Coffee* dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT dan *Business Model Canvas* (BMC).

Jenis Penelitian ini adalah penelitian Deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan kuesioner. Jumlah informan penelitian ini sebanyak 8 (delapan) orang informan. Objek pada penelitian ini adalah kedai Lembayung *Coffee*. Teknik analisis data terdiri dari 3 cara yaitu pemetaan *Business Model Canvas* awal, (2) formulasi strategi yang terdiri dari tahap input dan pencocokan menggunakan matriks SWOT (3) perumusan *Business Model Canvas* baru bagi perusahaan.

Hasil dari penelitian ini berdasarkan perhitungan matriks EFE dan IFE menunjukkan posisi perusahaan berada pada kuadran 1 (satu) yang mengindikasikan strategi dalam tindakan yang perlu diambil oleh perusahaan adalah strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk). Matriks SWOT menghasilkan 10 (sepuluh) rekomendasi strategi yang terdiri dari 2 strategi (SO), 3 strategi (WO), 2 strategi (ST), dan 3 strategi (WT). Berdasarkan rekomendasi tersebut dihasilkan *Business Model Canvas* baru yang meliputi 6 blok pengembangan yaitu *Customer Segment*, *Value Propositions*, *Channels*, *Customer Relationships*, *Key Activities*, dan *Key Partnerships*.

Kata Kunci : Manajemen Strategi, Strategi Pemasaran, Matriks SWOT, *Business Model Canvas*