

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bisnis yang tepat dan berdaya saing dengan terlebih dahulu mengidentifikasi, menilai faktor-faktor internal perusahaan dan eksternal lingkungan yang mempengaruhi perusahaan tersebut. Dalam menghadapi ketatnya persaingan sejenis, maka Kopi Bedhag Jember menerapkan strategi pemasaran melalui analisis SWOT dengan menganalisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi bersaing yang tepat berdasarkan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) yang diterapkan di Kopi Bedhag Jember. Hal ini dilakukan dengan menggunakan metode Analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Oppurtunity, Threat*). Analisis SWOT adalah analisis yang digunakan untuk mengevaluasi peluang dan ancaman dilingkungan bisnis maupun kekuatan serta kelemahan yang dimiliki internal perusahaan. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* untuk memperoleh sampel, dengan jumlah sampel yang diambil. Populasi dalam penelitian ini seluruh karyawan pada Kopi Bedhag Jember dan masyarakat yang pernah menjadi konsumen Kopi Bedhag Jember, pengumpulan data menggunakan kuisisioner. Hasil penelitian yang diperoleh bahwa pemilihan strategi pemasaran yang tepat pada Kopi Bedhag Jember adalah meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan kualitas pelayanan jasa, melakukan promosi yang efektif dan tepat sasaran, dan mengembangkan kualitas sumber daya manusia.

Kata kunci: Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman

ABSTRACT

This study aims to determine the right and competitive business strategy by first identifying and assessing the company's internal and external factors that affect the company. In the face of intense competition of this kind, Kopi Bedhag Jember applies a marketing strategy through a SWOT analysis by analyzing the internal environment and the external environment. The purpose of this study was to determine the appropriate competitive strategy based on the SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) applied in Kopi Bedhag Jember. This is done by using the SWOT analysis method (Strength, Weakness, Opportunity, Threat). SWOT analysis is an analysis used to evaluate opportunities and threats in the business environment as well as internal strengths and weaknesses of the company. This study uses purposive sampling technique to obtain samples, with the number of samples taken. The population in this study were all employees of Bedhag Jember Coffee and people who had been consumers of Bedhag Jember Coffee, data collection using questionnaires. The results obtained that the selection of the right marketing strategy for Bedhag Jember Coffee is to increase market share, improve service quality, carry out effective and targeted promotions, and develop the quality of human resources.

Key words: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

