

ABSTRAK

Judul penelitian ini adalah “**Analisis Pengembangan Strategi Pemasaran Pada Kafe Kolong Jember dengan menggunakan metode SWOT**” “Teknik Pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara mendalam kepada informan kunci dan informan utama kafe kolong jember. Metode penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif dengan analisis SWOT. Hasil Matrik Internal Eksternal di atas kafe kolong berada pada kuadran V yang bertanda asterix(2,45;2,6) yang artinya mempunyai strategi Stabilitas/pertumbuhan untuk berkembang di masa yang akan mendatang strategi yang dapat di terapkan kafe kolong jember yaitu Strategi Menjaga dan Mempertahankan ,Penetrasi Pasar dan Pengembangan Produk. Hasil dari matrik SWOT Kafe kolong Jember ini mempunyai strategi Strategi S-O strategi yang dapat di lakukan kafe kolong yaitu harus Menjaga Kualitas Produk, Menetapkan harga yang murah serta memanfaatkan lokasi yang strategis. Berdasarkan hasil yang di dapat Pengembangan Strategi Pemasaran kafe kolong jember yaitu Mengembangkan kualitas produk yang ada dan menambah varian produk, Menetapkan harga yang murah untuk menarik konsumen serta memanfaatkan lokasi strategi yang berdekatan dengan area kampus.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Matrik IE, SWOT

ABSTRACT

The title of this study is "Analysis of the Development of Marketing Strategies in Café Kolong Jember using the SWOT Method" – "Data collection techniques used are in-depth observation and interviews with key sources and the main sources of Café Kolong Jember". This research method was carried out using descriptive qualitative with SWOT analysis. External-Internal Matrix results of the Café Kolong Jember are around quadrant V marked with asterix (2.45; 2.60) which means having a stability/growth to develop in the future. The strategy that can be implemented by Café Kolong Jember is the strategy of maintaining and keeping the market penetration and product development. The results of the SWOT analysis on Café Kolong Jember is that they are using S-O Strategy, which can be done by maintaining product quality, set lower prices, and utilizing a strategic location for their advantage. Based on the results obtained, the marketing strategy developed by Café Kolong Jember is by maintaining the quality of existing products and adding product variants, establishing cheap prices to attract consumers, as well as utilizing their strategic locations adjacent to the nearest College/University area.

Key Words: Marketing Strategy, IE Matrix, SWOT