ABSTRAK

STRATEGI BERSAING BERBASIS *E-MARKETING*
(STUDI *COFFEE SHOP* KARENA KOPI DI KOTA JAMBI)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jambi

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan strategi bersaing berbasis *e-marketing* yang diterapkan pada *coffee shop* karena kopi di Kota Jambi dan untuk menjelaskan kendala dalam penerapan strategi bersaing berbasis *e-marketing* pada *coffee shop* karena kopi di Kota Jambi. Objek penelitian yang dipilih dalam penyusunan skripsi ini yaitu Karena Kopi dengan teknik pengumpulan data wawancara. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa berdasarkan analisis matriks SWOT diperoleh 4 alternatif strategi pengembangan yang dapat diterapkan oleh Karena Kopi dalam menjalankan usahanya. Penerapan strategi pemasaran untuk menghadapi persaingan pada Karena Kopi sudah baik. Ditunjukan dengan kondisi *coffee shop* ini pada posisi strategis agresif dapat dilihat dari nilai yang menunjukkan angka positif yang menunjukkan arah panah pada kuadran agresif. *E-Marketing* adalah salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk medukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Mereka sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvesional/tradisional beralih ke pemasaran modern yaitu *E-Marketing*. Dengan digital *marketing* komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu/*real time* dan bisa mengglobal atau mendunia.

Kata Kunci : Strategi Bersaing, Strartegi Pengembangan, *E-Marketing, SWOT*

ABSTRACT

E-MARKETING-BASED COMPETITIVE STRATEGY
(COFFE SHOP STUDY KARENA COFFEE IN JAMBI CITY)

Economics and Business Faculty
Jambi University

This study aims to explain the e-marketing-based competitive strategy applied to coffee shops in Jambi City and to explain the obstacles in implementing e-marketing-based competitive strategies in coffee shops because of coffee in Jambi City. The object of research chosen in the preparation of this thesis is Karena Coffee with interview data collection techniques. The results of this study stated that based on the SWOT matrix analysis, 4 alternative development strategies were obtained that could be applied by Karena Kopi in running its business. The implementation of marketing strategies to face competition on Karena Coffee is good. Shown by the condition of this coffee shop in an aggressive strategic position can be seen from the value that shows a positive number that indicates the direction of the arrow in the aggressive quadrant. E-Marketing is a marketing medium that is currently in great demand by the public to support various activities. Little by little they are starting to abandon the conventional/traditional marketing model and switch to modern marketing, namely E-Marketing. With digital marketing, communications and transactions can be carried out at any time/real time and can be global.

Key Word : Competitive Strategy, Development Strategy, E-Marketing, SWOT