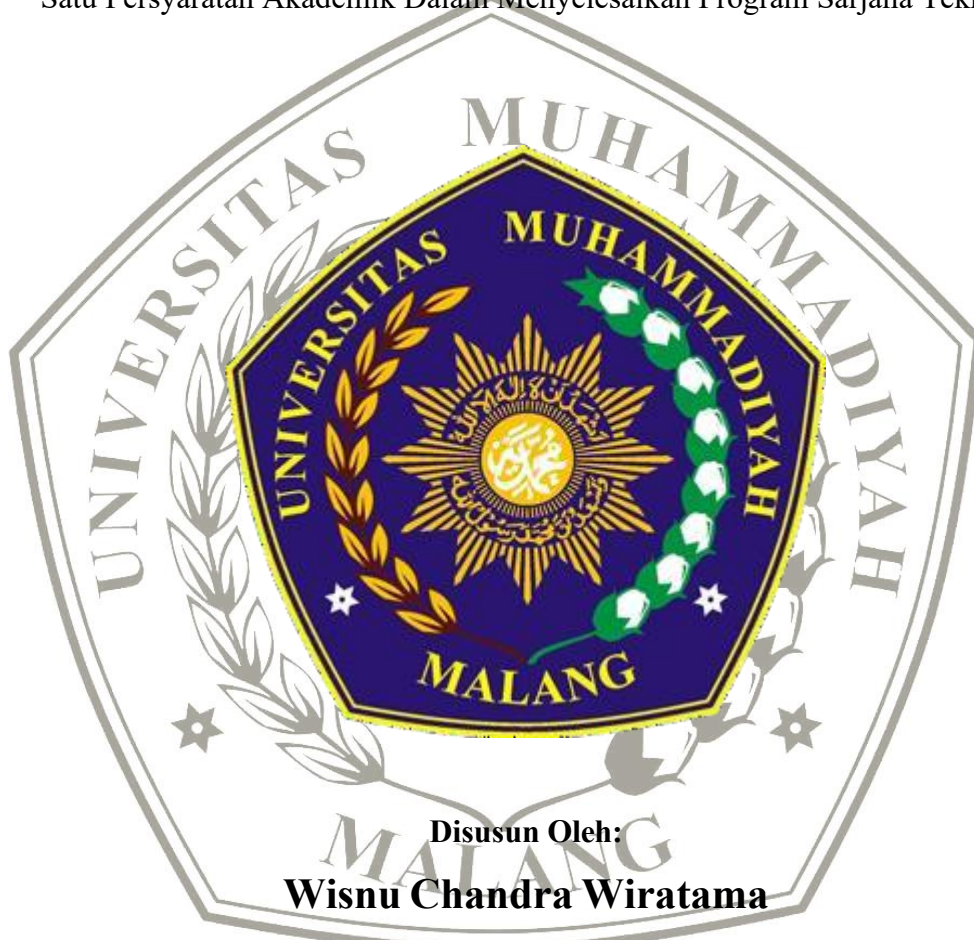


**“ ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
MENGGUNAKAN SWOT DAN AHP PADA MARUMA
COFFE TULUNGAGUNG”**

Skripsi

Diajukan Kepada Universitas Muhammadiyah Malang Untuk Memenuhi Salah
Satu Persyaratan Akademik Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Teknik



Disusun Oleh:

Wisnu Chandra Wiratama

202010140311167

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
MENGGUNAKAN SWOT DAN AHP PADA MARUMA
COFFE TULUNGAGUNG



Disusun Oleh :

Wisnu Chandra Wiratama

202010140311167

Menyetujui dan Mengesahkan :

Malang, 10 November 2025

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Teguh Baroto, S.T., M.T.

Adhi Nugraha, S.T., M.B.A.

Mengetahui,

Ketua Jurusan Teknik Industri







Dana Marsetiya Utama, S.T., M.T.

FAKULTAS TEKNIK

PRODI TEKNIK INDUSTRI
industri.umm.ac.id | industri@umm.ac.id


BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : WISNU CHANDRA WIRATAMA
Nim : 202010140311167
Jurusan : Teknik Industri
Judul Skripsi : "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN SWOT DAN AHP PADA MARUMA COFFEE TULUNGAGUNG"
Tanggal Pelaksanaan Sidang Skripsi: 17 Oktober 2025
Dinyatakan : LULUS
Dengan Nilai : B+

Pembimbing I	: Teguh Baroto ST., MT.	
Pembimbing II	: Ir. Adhi Nugraha, ST., M.BA.	
Penguji I	: Ikhlasul Amallynda, ST., MT.	
Penguji II	: Ir. Rahmad Wisnu Wardana, S.Pd., M.Eng.	

Ditetapkan di : Malang
Tanggal : 22 Oktober 2025

Ketua Program Studi,


Dr. Ir. Dana Marsetiya Utama, S.T., M.T.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Muhammadiyah Malang maupun di Perguruan Tinggi lain.

Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan dari pihak lain kecuali arahan Dosen Pembimbing.

Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan aturan berlaku.

Malang, 18 November 2025

Yang membuat pernyataan



Wisnu Chandra Wiratama

202010140311167

KATA PENGANTAR

Assalamualikum Wr. Wb.

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan Rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN SWOT DAN AHP PADA MARUMA COFFE TULUNGAGUNG”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana teknologi di Universitas Muhammadiyah Malang. Dalam proses penyusunan skripsi ini tentunya penulis mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak yang telah mendukung dan membimbing penulis. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kepada kedua orang tua saya dan kakak saya yang cintai dan sayangi, Bapak Sunarto, Ibu Warsini serta Kakak saya Indra Rukmana yang selalu memberikan support kepada penulis dalam mengerjakan tugas akhir ini dan doa yang selalu dipanjatkan kepada penulis agar dipermudah segala urusan penulis.
2. Bapak Teguh Baroto, S.T., M.T., selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu, memberikan masukan, dukungan, membimbing skripsi saya dengan baik, dan teliti dan Bapak Adhi Nugraha, S.T., M.B.A., selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu, membantu dalam memberikan arahan terhadap skripsi saya dengan baik, dan teliti.
3. Kepada teman - teman kerja saya serta crew Maruma Coffe terimakasih sudah memberikan pengalaman kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

4. Kepada seseorang yang spesial yang telah menemani penulis dan membantu support penulis terimakasih telah menemani proses dalam meraih gelar ini, serta doa dan energi positif yang ditularkan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dan selalu menjadi tempat untuk bercerita keluh kesah dalam pengerjaan skripsi ini. Sekali lagi saya ucapkan terimakasih atas waktu dan dedikasi serta perhatiannya terhadap penulis, doa terbaik semoga apa yang dilakukan berbalik lebih.
5. Kepada teman saya yang sudah saya anggap seperti saudara sendiri Cemara Fams yaitu Akbar, Diar, Riza, Indra, Afandi dan Erlangga terimakasih telah mengajarkan arti keluarga dipertemanan ini sehingga penulis tetap semangat dalam mengerjakan skripsi ini tidak lupa doa baik selalu saya selipkan buat teman saya agar kelak kita bisa bersama dan berkumpul di versi yang lebih baik dari ini, See you next time bro! You all good people.
6. Kepada diri saya sendiri terimakasih telah berjuang dan bertahan sejauh ini, setelah begitu banyak masa sulit yang dilewati akhirnya mampu menyelesaikan skripsi ini tidak apa apa terlambat asal tidak menyerah. Dan yang terpenting apapun masalahmu apapun kesulitanmu apapun rasa sakitmu pulanglah sebagai sarjana.
7. Kepada Fstvlst, Eleventwelfth, Seringai, The paps, Billfold, Modern Guns, Colorcode, Begundal Lowokwaru, Efek Rumah Kaca, Murphy Radio, Neck Deep, Kelompok Penerbang Roket, The Sigit, Feast dan Hindia, Burgerkill dan band band lainnya yang saya sukai dan idolakan yang tidak bisa saya sebut satu persatu terimakasih telah menemani penulis dalam mengerjakan skripsi ini dan melewati hari serta prosesnya lewat lagu dan lirik lirik yang dibuat sehingga penulis dapat dorongan dan motivasi agar tidak menyerah saya harap band band yang saya sukai ini tidak bubar dan memotivasi anak muda agar menyelesaikan apa yang telah dimulai.

8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis menyelesaikan skripsi ini.

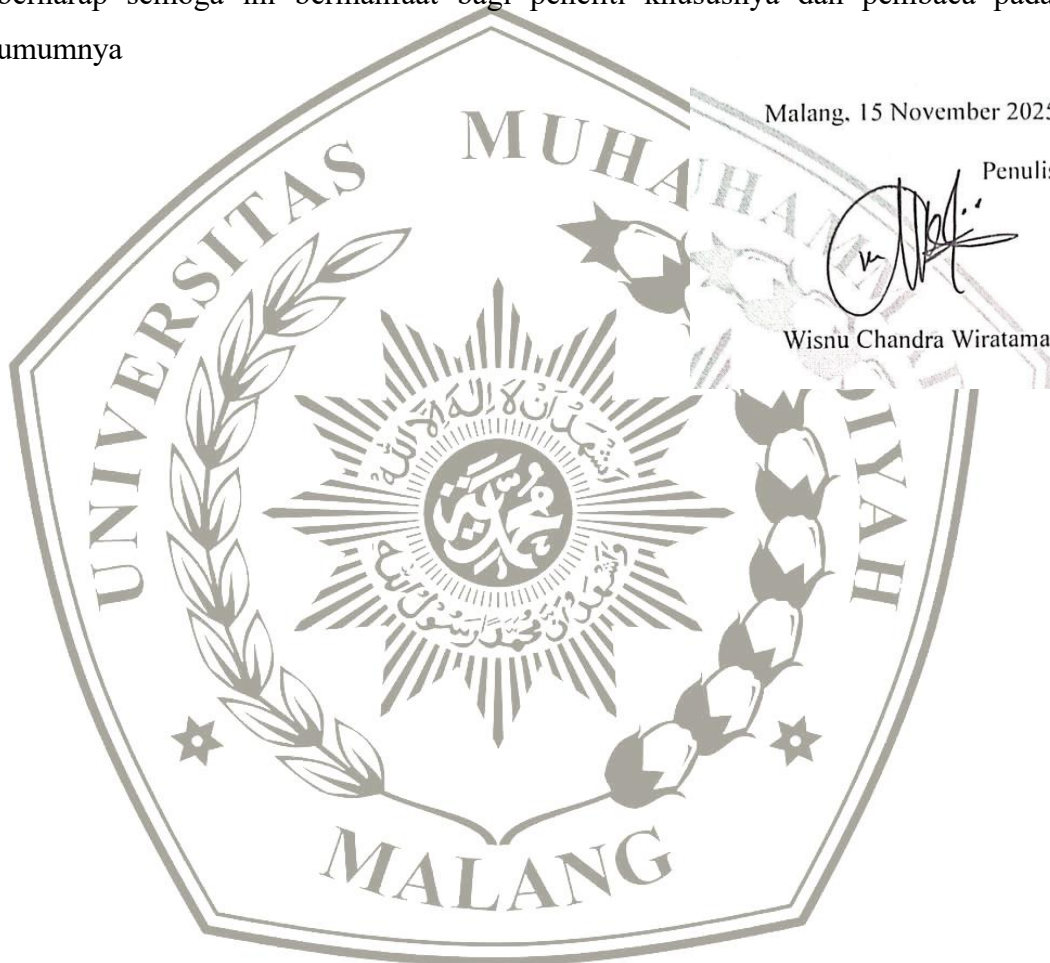
Penulis menyadari tiada satupun karya manusia yang sempurna, sehingga kritik dan saran demi perbaikan karya ini sangat penulis harapkan. Meski demikian, penulis berharap semoga ini bermanfaat bagi peneliti khususnya dan pembaca pada umumnya

Malang, 15 November 2025

Penulis



Wisnu Chandra Wiratama



ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN SWOT DAN AHP PADA MARUMA COFFE TULUNGAGUNG

**Wisnu Chandra Wiratama, Teguh Baroto, S.T., M.T., Adhi Nugraha, S.T.,
M.B.A.**

Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Malang Jl. Raya
Tlogomas 246 Malang
Email: wisnuchandra67@gmail.com

Abstraks

Persaingan kedai kopi di Tulungagung semakin ketat seiring meningkatnya tren konsumsi kopi dan gaya hidup nongkrong di kafe. Maruma Coffee menghadapi beberapa masalah pemasaran seperti promosi digital yang kurang maksimal, variasi menu yang terbatas, dan penurunan jumlah pelanggan. Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi pemasaran yang tepat menggunakan metode SWOT dan Analytical Hierarchy Process (AHP). Data diperoleh melalui observasi, wawancara, serta kuesioner kepada tiga responden ahli. Analisis IFE dan EFE menghasilkan skor masing-masing 2,65 dan 2,62, menempatkan Maruma Coffee pada posisi strategi Hold and Maintain. Matriks SWOT menghasilkan empat alternatif strategi, dan hasil pembobotan AHP menunjukkan bahwa strategi SO (Strength–Opportunity) menjadi prioritas utama. Strategi ini menekankan pemanfaatan kekuatan internal seperti lokasi strategis dan suasana kafe estetik untuk menangkap peluang pasar, terutama melalui peningkatan digital marketing dan pengembangan layanan. Hasil penelitian ini diharapkan membantu Maruma Coffee meningkatkan daya saing dan mempertahankan pelanggan di tengah persaingan industri yang terus berkembang.

Kata Kunci : Strategi pemasaran, SWOT, AHP, Maruma Coffee

ABSTRACT

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN SWOT DAN AHP PADA MARUMA COFFE TULUNGAGUNG

**Wisnu Chandra Wiratama, Teguh Baroto, S.T., M.T., Adhi Nugraha, S.T.,
M.B.A.**

Industrial Engineering, Faculty of Engineering, University of Muhammadiyah

Malang Jl. Raya Tlogomas 246 Malang

Email: wisnuchandra67@gmail.com

ABSTRACT

Competition among coffee shops in Tulungagung is increasing along with the rising coffee consumption trend and the growing café lifestyle. Maruma Coffee faces several marketing issues, including limited digital promotion, restricted menu variety, and a decline in customer visits. This study aims to formulate an appropriate marketing strategy by applying the SWOT analysis and Analytical Hierarchy Process (AHP) methods. Data were collected through observation, interviews, and questionnaires distributed to three expert respondents. The IFE and EFE analyses generated scores of 2.65 and 2.62, placing Maruma Coffee in the Hold and Maintain strategic position. The SWOT Matrix produced four alternative strategies, and the AHP results showed that the SO (Strength–Opportunity) strategy is the top priority. This strategy focuses on utilizing internal strengths, such as a strategic location and an aesthetic café atmosphere, to capture external opportunities through improved digital marketing and enhanced service offerings. The findings are expected to help Maruma Coffee strengthen its competitiveness and maintain customer loyalty amid growing market competition.

Keywords: *Marketing strategy, SWOT, AHP, Maruma Coffee.*

Daftar Isi

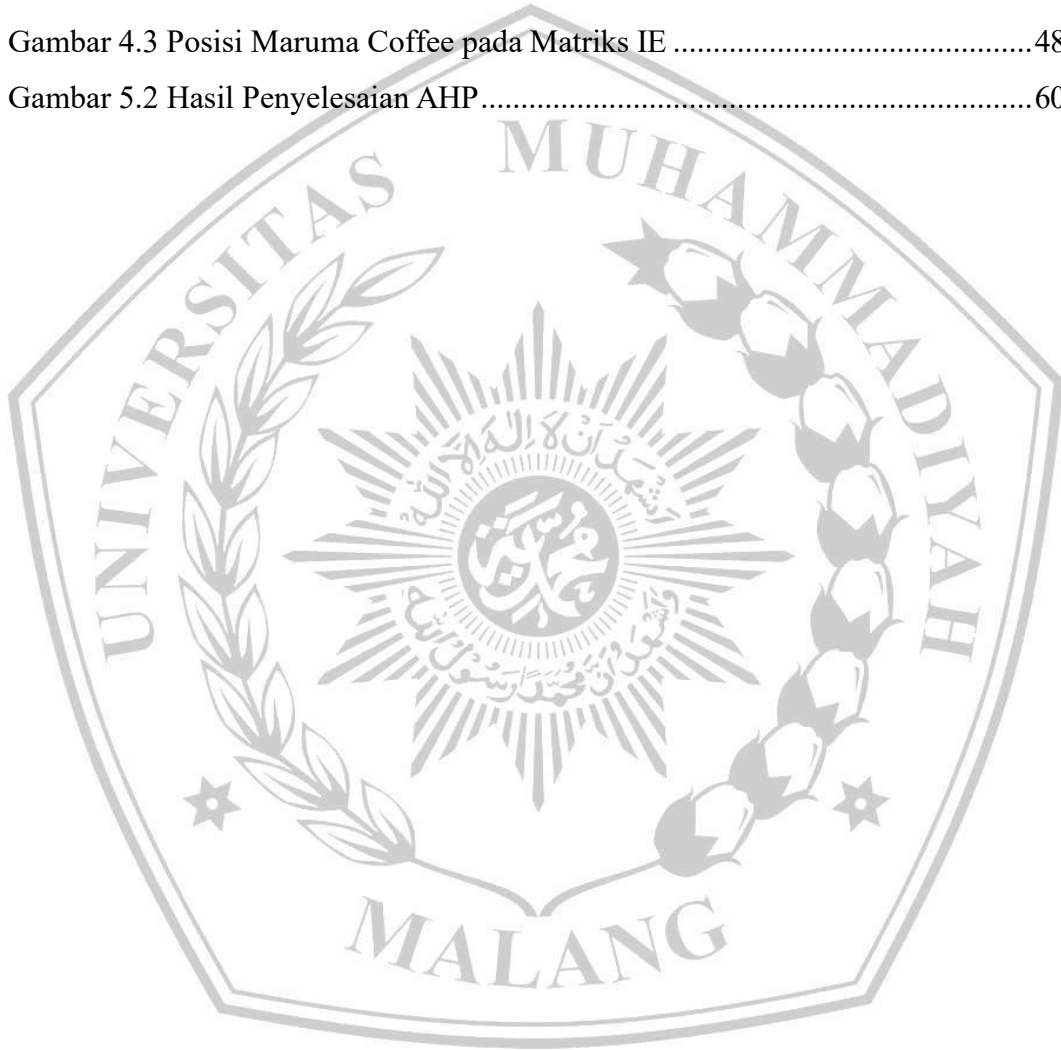
HALAMAN JUDUL.....	
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	
LEMBAR PEMBIMBING I.....	
LEMBAR PEMBIMBING II.....	
BERITA ACARA UJIAN.....	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAK.....	xii
ABSTARCT.....	xiii
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	v
LAMPIRAN.....	iv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Masalah dan Asumsi.....	4
BAB II.....	5
LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Kafe.....	5
2.2 Managemen Strategi.....	6

2.3 Pemasaran Industri	8
2.4 Analisis SWOT	10
2.5 AHP	15
BAB III	20
METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1 Tahapan Penelitian	20
3.2 Identifikasi Awal	21
3.3 Pengumpulan Data	23
3.4 Pengolahan Data	28
BAB IV	41
PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	41
4.1 Gambaran Umum Maruma Coffee	41
4.2 Analisis Faktor Internal (IFE)	41
4.3 Analisis Faktor Eksternal (EFE)	44
4.4 Matriks IE (Internal–Eksternal)	47
4.5 Matriks SWOT	49
4.6 Analisis Analytical Hierarchy Process (AHP)	52
4.6.1 Perbandingan SWOT	52
4.6.2 Vektor Prioritas Alternatif (dari normalisasi)	53
4.6.3 Mengalikan Matriks Perbandingan dengan Vektor Prioritas	54
4.6.4 Menghitung λ (Lambda) untuk tiap alternatif	54
4.6.5 Menghitung λ_{maks}	55
4.6.6 Menghitung Consistency Index (CI)	55

4.6.7 Menghitung Consistency Ratio (CR)	56
4.6.8 Tabel Ringkasan AHP Alternatif Strategi	56
BAB V	58
ANALISA DAN PEMBAHASAN	58
5.1 Pendahuluan	58
5.2 Hasil Analisis SWOT	58
5.3 Penyelesain menggunakan AHP	60
5.4 Rekomendasi Implementasi	61
BAB VI	63
PENUTUP	63
6.1 Kesimpulan	63
6.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	69

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Matriks SWOT	13
Gambar 2.3 Matriks IE.....	14
Gambar 3.1 Struktur Hirarki AHP	38
Gambar 4.3 Posisi Maruma Coffee pada Matriks IE	48
Gambar 5.2 Hasil Penyelesaian AHP	60



Daftar Tabel

Tabel 2.1 Skala Penilaian	12
Tabel 2.2 Skala Kepentingan AHP	16
Tabel 3.1 Data Diri Responden	24
Tabel 3.2 Weight Assignment.....	29
Tabel 3.3 Rating Kekuatan	30
Tabel 3.4 Rating Kelemahan	31
Tabel 3.5 Rating Peluang	32
Tabel 3.6 Rating Ancaman	32
Tabel 3.7 Skor Kekuatan Internal.....	33
Tabel 3.8 Skor Kelemahan Internal.....	33
Tabel 3.9 Skor Peluang Eksternal.....	33
Tabel 3.10 Skor Ancaman Eksternal	34
Tabel 3.11 Matriks SWOT.....	36
Tabel 3.12 Skala Perbandingan Berpasangan AHP.....	38
Tabel 3.13 Contoh Matriks Prioritas	39
Tabel 4.1 Faktor Internal (IFE)	40
Tabel 4.2 Faktor Eksternal (EFE).....	41
Tabel 4.4 Matriks SWOT Maruma Coffee.....	44
Tabel 4.5 Perbandingan Kriteria SWOT	49
Tabel 4.6 Vektor Prioritas Alternatif.....	53
Tabel 4.7 Ringkasan AHP Alternatif Strategi.....	56
Tabel 5.1 Hasil Analisis SWOT	58

DAFTAR PUSTAKA

- Bozdag, C. E., Kahraman, C., & Ruan, D. (2003). Fuzzy Group Decision Making for Selection among Alternatives. *Expert Systems with Applications*, 26(1), 133–142.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases*. 13th Edition. Pearson Education.
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases*. 16th Edition. Pearson Education Limited.
- Dwyer, F. R., & Tanner, J. F. (2006). *Business Marketing: Connecting Strategy, Relationships, and Learning*. McGraw-Hill.
- Forman, E., & Gass, S. I. (2001). The Analytical Hierarchy Process—An Exposition. *Operations Research*, 49(4), 469–486.
- Grant, R. M. (2016). *Contemporary Strategy Analysis: Text and Cases Edition*. 9th Edition. Wiley.
- Heene, A., & Sebastiaan, D. (2010). *Strategic Management: Competence-Based Theory and Practice*. Wiley-Blackwell.
- Hill, C. W. L., Jones, G. R., & Schilling, M. A. (2014). *Strategic Management: Theory: An Integrated Approach*. Cengage Learning.
- Kotabe, M., & Helsen, K. (2017). *Global Marketing Management*. Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. Pearson.
- Kurniawan, A., & Yusuf, M. (2019). Analisis Pengambilan Keputusan Strategis dengan Metode AHP. *Jurnal Teknik Industri*, 8(2), 45–53.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Salemba Empat.
- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2015). *Strategic Management: Planning for Domestic and Global Competition*. 14th Edition. McGraw-Hill.
- Rangkuti, F. (2019). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2022). *Analisis SWOT dan AHP untuk Strategi Pemasaran*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Saaty, T. L. (1980). *The Analytic Hierarchy Process: Planning, Priority Setting, Resource Allocation*. McGraw-Hill.

Saaty, T. L. (1993). *Decision Making for Leaders: The Analytic Hierarchy Process for Decisions in a Complex World*. RWS Publications.

Saaty, T. L., & Vargas, L. G. (2012). *Models, Methods, Concepts & Applications of the Analytic Hierarchy Process*. Springer.

Sagala, S., & Pratama, R. (2020). AHP sebagai Alat Pengambilan Keputusan dalam Manajemen Strategi. *Jurnal Sistem Informasi dan Manajemen*, 4(2), 89–98.

Surya, D., & Hadi, S. (2021). Fenomena Kafe Sebagai Ruang Sosial di Kalangan Muda Urban. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 6(1), 23–35.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.

Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2017). *Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation, and Sustainability*. 15th Edition. Pearson Education.

Yuniarti, D., & Saputra, B. (2020). Dinamika Industri Kafe dan Perilaku Konsumen Kopi di Indonesia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Indonesia*, 9(1), 1–10.





UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



FAKULTAS TEKNIK

PRODI TEKNIK INDUSTRI
industri.umm.ac.id | industri@umm.ac.id

FORM CEK PLAGIARISME LAPORAN TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : Wisnu Chandra Wiratama
NIM : 202010140311167
Judul TA : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN SWOT DAN AHP PADA MARUMA COFFE TULUNGAGUNG
Hasil Cek Plagiarisme dengan Turnitin

No.	Komponen Pengecekan	Nilai Maksimal Plagiarisme (%)	Hasil Cek Plagiarisme (%)
1.	Bab 1 – Pendahuluan	10 %	7 %
2.	Bab 2 – Landasan Teori	25 %	15 %
3.	Bab 3 – Metodologi Penelitian	30 %	25 %
4.	Bab 4 – Pengumpulan Pengolahan Data	30 %	15 %
5.	Bab 5 – Analisa dan Pembahasan	15 %	13 %
6.	Bab 6 – Kesimpulan dan Saran	5%	0 %
7.	Jurnal	20%	10 %

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I

Teguh Baroto, S.T., M.T.

Dosen Pembimbing II

Adhi Nugraha, S.T., M.B.A.

Mengesahkan hasil Cek Plagiasi,

Koordinator TA

Amelia Khoidir, S.T., M.Sc



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 080

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id