

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ketatnya persaingan bisnis coffee shop di kawasan Blang Pulo, Lhokseumawe, yang menuntut Journal Coffee & Resto untuk memiliki strategi pemasaran yang adaptif dan berdaya saing. Permasalahan utama yang dikaji meliputi ketergantungan pada segmen mahasiswa, keterbatasan variasi produk, belum optimalnya pemanfaatan pemasaran digital, serta tantangan dalam manajemen operasional. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan serta merumuskan alternatif strategi berdasarkan pendekatan SWOT. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan matriks SWOT untuk mengidentifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Journal Coffee & Resto memiliki kekuatan pada lokasi strategis, harga terjangkau, fasilitas lengkap, dan hubungan dengan komunitas, namun masih menghadapi kelemahan pada promosi digital dan diversifikasi pasar. Peluang utama berasal dari budaya konsumsi kopi, perkembangan media sosial, dan potensi pasar pekerja serta masyarakat umum. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan strategi pemasaran terintegrasi melalui inovasi produk, optimalisasi media sosial, diversifikasi segmen, serta peningkatan efisiensi operasional berbasis teknologi dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Kata kunci: strategi pemasaran, Analisis, bauran pemasaran, pemasaran digital

## **ABSTRACT**

This study is motivated by the increasingly competitive coffee shop industry in the Blang Pulo area, Lhokseumawe, which requires Journal Coffee & Resto to implement adaptive and competitive marketing strategies. The main problems examined include dependence on the student segment, limited product variety, suboptimal utilization of digital marketing, and challenges in operational and inventory management. This research aims to analyze the marketing strategies applied and to formulate alternative strategies based on the SWOT approach. A descriptive qualitative method was employed, with data collected through observation, interviews, and documentation. Data were analyzed using the SWOT matrix to identify internal strengths and weaknesses as well as external opportunities and threats. The results indicate that Journal Coffee & Resto has strengths in its strategic location, affordable pricing, complete facilities, and strong community relations, but faces weaknesses in digital promotion and market diversification. Opportunities arise from the growing coffee consumption trend, the expansion of social media, and the potential of office workers and local communities as new target markets. This study concludes that the implementation of integrated marketing strategies through product innovation, optimization of digital media, customer segment diversification, and technology-based operational efficiency can enhance competitiveness and support the long-term sustainability of the business.

Keywords: marketing strategy, analysis, marketing mix, digital marketing.