

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
PADA CAFE BREE SWEETANDFREEZE BANJARMASIN
(MENGUNAKAN ANALISIS SWOT)**

Nina Rezeki Amalia¹, Hj. Farida Yulianti², Abdul Kadir³

¹Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, NIM19310809

²Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, NIDN1121076901

³Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, NIDN1116066502

Email : rezekinina@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan (1) Untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin dalam meningkatkan penjualan. (2) Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dapat diimplementasikan dengan memanfaatkan analisis SWOT untuk meningkatkan kinerja pemasaran pada Café Bree Sweetandfreezee di Banjarmasin. Metode pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Informan pada penelitian adalah Owner Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi, wawancara dan studi dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin menggunakan strategi pemasaran yang beragam, seperti promosi iklan, kerjasama dengan influencer, pengembangan produk baru dan menciptakan area foto Instagramable. Adapun analisis SWOT menunjukkan kekuatan dalam kualitas produk, desain kafe dan lokasi strategis, sementara kelemahan terkait dengan pemahaman preferensi pelanggan dan pemasaran digital. Kafe ini memiliki peluang dalam menjalin kemitraan lokal dan memanfaatkan media sosial, namun menghadapi ancaman dari persaingan ketat dan perubahan tren konsumen. Dalam kesimpulannya, Cafe Bree Sweetandfreezee Banjarmasin dapat memanfaatkan kekuatan, mengatasi kelemahan dan memanfaatkan peluang untuk memperkuat merek mereka dan meningkatkan pangsa pasar mereka

Kata Kunci : Strategi & SWOT

ABSTRACT

This study aims (1) to determine the marketing strategy used by Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin in increasing sales. (2) To find out marketing strategies that can be implemented by utilizing SWOT analysis to improve marketing performance at Cafe Bree Sweetandfreezee in Banjarmasin. The method in this study uses a qualitative descriptive method. The informants in the study were the Owners of Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin. Data collection techniques used in this study are observation techniques, interviews and documentation studies.

The results of the study show that Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin uses various marketing strategies, such as advertising promotions, collaboration with influencers, new

product development and creating Instagramable photo areas. The SWOT analysis shows strengths in product quality, cafe design and strategic location, while weaknesses relate to understanding customer preferences and digital marketing. The cafe has opportunities in forging local partnerships and leveraging social media, but faces threats from intense competition and changing consumer trends. In conclusion, Cafe Bree Sweetandfreezee Banjarmasin can capitalize on strengths, overcome weaknesses and seize opportunities to strengthen their brand and increase their market share.

Keywords: Strategy & SWOT

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Thamrin & Tantri Francis (2016). *Manajemen Pemasaran*. Depok. PT. Raja Grafindo Persada
- Aliyah, Z. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Ekspor Kopi Arabika Pada CV Yudi Putra* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).
- Assauri Sofjian, (2015) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, Rajawali Pers
- Assauri Sofian, (2018) *Manajemen Pemasaran*, Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Darma (2020) *Strategi Pemasaran PT. Suraco Jaya Abadi Motor Dalam Peningkatan Volume Penjualan Di Pinrang*. Jurnal Ekonomi (IAIN) Parepare
- Djaslim S. (2017) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Freddy Rangkuti, (2016) *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta. Kompas Gramedia
- Handoko, (2015) *Manajemen Personalialia dan Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta. BPFE.
- Kotler & Keller, (2016), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta. Penerbit : Prenhallindo.
- Mubarok, N. (2017). *Strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan pada Butik Calista*. I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics, 3(1), 73-92.
- Nizar Sapta. (2016) *Strategi Pemasaran dengan Pendekatan Analisis SWOT pada PT. uper Sukses Motor Banjarmasin*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis. Vol 2. No 1. Hal: 30-42
- Rahmawati. (2016) *Manajemen Pemasaran*. Mulawarman Samarinda. University Press.
- Rahim dkk. (2016). *Manajemen Strategi*. Makassar. Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makasar.
- Rizal Achmad. (2019) *Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Budi Utama. Yogyakarta
- Sunyoto, D. (2018) *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS (Center Of Academic Publishing Service).
- Suryatama (2014) *Aplikasi Iso Sebagai Standar Mutu*. Jakarta: Kata Pena
- Supryanita, R., & Putri, D. A. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pad Cafe Kopmil Ijo Payakumbuh*. jurnal ekonomi, 21(2), 106-119.

- Taufik, T. (2021). *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pangsa Pasar Pada Industri Kerupuk Berjaya Banjarmasin*. Jurnal Universitas Islam Kalimantan MAB
- Tjiptono (2015), *Pemasaran strategi*, Yogyakarta. Penerbit Andi
- Wijyanthi (2021) *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Cafe Haagendazs Beachwalk Kuta*. Jurnal STIE Semarang Vol 13 No 1 ISSN:2085-5656