

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**ANALISIS STRATEGI DALAM  
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*  
PADA PALLET COFFEE JAGAKARSA**

**PROYEK AKHIR**

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh  
gelar Sarjana Terapan



**Disusun oleh:**

**HANNY CHAIRANI**

**NIM: 20700030**

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN**

**JURUSAN PARIWISATA**

**POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF**

**JAKARTA**

**2024**

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Analisis strategi dalam meningkatkan *brand awareness*  
pada Pallet Coffee Jagakarsa

Penulis : Hanny Chairani

NIM : 20700030

Program Studi : D-IV Pengelolaan Perhotelan

Jurusan : Pariwisata

Proyek Akhir ini telah diperiksa dan disetujui sebagai persyaratan kelulusan pada Program D-IV Studi Pengelolaan Perhotelan Jurusan Pariwisata Politeknik Media Kreatif Jakarta. pada hari Selasa, tanggal 16 Juli 2024.

Disahkan oleh:

Ketua Penguji,



Sanjaya Pinem, S.Kom

NIP. 1989022620201210007

Anggota 1



Fristi Bellia Annishia, S.KM.,M.Par.,M.M

NIP. 198809082022032008

Anggota 2



Lu'luwatin Rosdiana Aprilia, S.Pd., M.M.

NIP. 199104252022032012

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pariwisata



Anindita Budi Astuti, SE., MM

NIP. 198103052008122001

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Analisis strategi dalam meningkatkan *brand awareness*  
pada Pallet Coffee Jagakarsa

Penulis : Hanny Chairani

NIM : 20700030

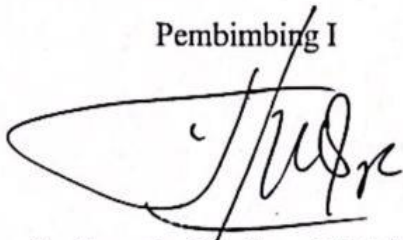
Program Studi : D-IV Pengelolaan Perhotelan

Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, 09 Juli 2024

Pembimbing I



Lu'luwatin Rosdiana, S.Pd., M.M.Par

NIP. 199104252022032012

Pembimbing II



Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd, M.M

NIP. 198605092019032011

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Pengelolaan Perhotelan



Swastono Putro Pirastyo, S.Par, M.Par

NIP. 198804112020121008

## PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas academica Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hanny Chairani  
NIM : 20700030  
Program Studi : D-IV Pengelolaan Perhotelan  
Jurusan : Pariwisata  
Tahun Akademik : 2024

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Analisis strategi dalam meningkatkan *brand awareness* pada Pallet Coffee Jagakarsa”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 09 Juli 2024

Yang menyatakan,



Hanny Chairani  
NIM. 20700030

**PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS  
AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hanny Chairani  
NIM : 20700030  
Program Studi : D-IV Pengelolaan Perhotelan  
Jurusan : Pariwisata  
Tahun Akademik : 2024

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:  
“Analisis strategi meningkatkan *brand awareness* pada Pallet  
Coffee Jagakarsa”

**adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari  
plagiarisme.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini,  
saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 09 Juli 2024 (Tanggal Persetujuan Sidang TA)

Yang menyatakan,



Hanny Chairani  
NIM. 20700030

## ABSTRACT

*Based on an in-depth SWOT analysis, Pallet Coffee Jagakarsa identified internal strengths such as superior service, maintained cleanliness, product consistency, and the ability to adapt to market changes. They are also aware of internal weaknesses and have taken innovative steps to correct them. The results of the SWOT Matrix analysis show priorities for the SO (Strength-Opportunity) strategy, including increasing HR training, offering packages that support the WFC/WFA concept, and intensifying promotions through social media and websites. In addition, the results of the Internal External Matrix (IE) place Pallet Coffee Jagakarsa in a defensive position, which encourages the need to avoid losing market share and expand penetration in existing markets. Pallet Coffee Jagakarsa needs to have a website as a company profile platform. The presence of this website is considered crucial to make it easier for potential customers to access and increase engagement through special offers and promotions that can be managed independently. Apart from that, the website is also expected to optimize Sales & Marketing operations, provide efficiency in management and reduce overhead costs.*

**Keywords:** *Brand Awareness, Pallet Coffee Jagakarsa, SWOT Analysis, Marketing Strategy, Company Website.*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi yang efektif dalam meningkatkan brand awareness bagi Pallet Coffee Jagakarsa. Berdasarkan analisis SWOT yang mendalam, Pallet Coffee Jagakarsa mengidentifikasi kekuatan internal seperti pelayanan unggul, kebersihan yang terjaga, konsistensi produk, serta kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar. Mereka juga sadar akan kelemahan internal dan telah mengambil langkah inovatif untuk memperbaikinya. Hasil analisis Matriks SWOT menunjukkan prioritas pada strategi SO (*Strength-Opportunity*), termasuk peningkatan pelatihan SDM, penawaran paket yang mendukung konsep WFC/WFA, dan intensifikasi promosi melalui media sosial dan *website*. Selain itu, hasil Matriks Internal Eksternal (IE) menempatkan Pallet Coffee Jagakarsa di posisi *defensif*, yang mendorong perlunya menghindari kehilangan pangsa pasar dan memperluas penetrasi di pasar yang sudah ada. Pallet Coffee Jagakarsa perlu memiliki sebuah *website* sebagai *platform* profil perusahaan. Kehadiran *website* ini dianggap krusial untuk mempermudah akses pelanggan potensial dan meningkatkan keterlibatan melalui penawaran khusus dan promosi yang dapat dikelola secara mandiri. Selain itu, *website* juga diharapkan dapat mengoptimalkan operasional *Sales & Marketing*, menyediakan efisiensi dalam manajemen dan mengurangi biaya *overhead*.

**Kata kunci:** *Brand Awareness, Pallet Coffee Jagakarsa, Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, Website Perusahaan.*

## PRAKATA

Puji dan Syukur kehadirat Allah SWT, karena atas berkah, rahmat, dan karunia-Nya yang melimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Strategi Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Pada Pallet Coffee Jagakarsa”.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam pembuatan tugas akhir ini masih banyak kekurangan. Hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Akan tetapi, penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberikan kemudahan, kesehatan, kekuatan, dan kesabaran kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini
2. Papa dan Mama dari penulis yang selalu mendoakan serta mengusahakan apapun yang penulis butuhkan selama masa pendidikan
3. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif
4. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si., selaku Wakil Direktur 1 Bidang Akademik
5. M. Yunus Fitriady, M.M, selaku Wakil Direktur 2 Bidang Umum
6. Suratni, SS., M.Hum, selaku Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan
7. Anindita Budi Astusi, S.E, M.M., selaku Ketua Jurusan Pariwisata
8. Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd, M.M, selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata dan Dosen Pembimbing II
9. Swastono Putro Pirastyo, S.Par, M.Par., selaku Koordinator Program Studi Pengelolaan Perhotelan

10. Fristi Bellia Annishia, S.KM, M.Par, M.M., selaku Sekretaris Program Studi Pengelolaan Perhotelan
11. Lu'luwatin Rosdiana Aprilia, S.Pd., M.M.Par, selaku Dosen Pembimbing I
12. Bapak Tri Sendi, selaku Pendiri/Pemilik dari Pallet Coffee Jagakarsa
13. Bapak Maulana, selaku Penanggung Jawab Operasional dari Pallet Coffee Jagakarsa
14. Bapak Taufik selaku *Head Barista*, dan para karyawan lainnya yang berkerja di Pallet Coffee Jagakarsa yang telah membantu penulis dalam penulisan dan penyusunan proyek tugas akhir
15. Tim Operasional Departemen Banquet The Ritz-Carlton Jakarta Pacific Place yang telah memudahkan penulis untuk *request schedule*
16. Kakak, para sepupu, dan inisial "RR" yang selalu mendukung, serta mendoakan agar penulis diberikan kelancaran dan keberhasilan dalam penyusunan tugas akhir ini
17. Serta teman-teman yang sangat sabar, *supportif* dan membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir ini, terutama pemilik NIM '0010, '0034, dan '0066.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar terselesainya laporan ini dan dapat bermanfaat untuk kita semua.

Jakarta, 09 Juli 2024

Penulis,



Hanny Chairani

NIM. 20700030



## DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan .....	ii
Lembar Persetujuan Sidang Tugas Akhir .....	iii
Pernyataan Publikasi Karya Ilmiah .....	iv
Pernyataan Originalitas Tugas Akhir Dan Bebas Plagiarisme .....	v
Abstrak .....	vi
Prakata .....	vii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Gambar .....	xi
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Lampiran .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Batasan Masalah .....	7
D. Rumusan Masalah .....	7
E. Tujuan Kajian .....	7
F. Manfaat Kajian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
A. Landasan Teori .....	9
1. Pengertian Strategi .....	9
2. Pengertian <i>Brand</i> .....	10
3. Pengertian <i>Brand Awareness</i> .....	11
4. Pengertian Strategi <i>Branding</i> .....	14
5. Analisis SWOT .....	16
B. Pertanyaan Kajian .....	18
C. Hasil Penelitian yang Relevan .....	19
<b>BAB III METODE KAJIAN .....</b>	<b>22</b>
A. Jenis Kajian.....	22
B. Tempat dan Waktu Kajian .....	22

C. Subjek Kajian .....	23
D. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data .....	24
E. Teknik Analisis Data .....	25
<b>BAB IV HASIL KAJIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
A. Gambaran Umum Objek Kajian .....	39
B. Hasil Kajian .....	42
C. Pembahasan .....	68
D. Keterbatasan Kajian .....	76
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>77</b>
A. Kesimpulan .....	77
B. Implikasi .....	78
C. Saran .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>82</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tingkatan <i>Brand Awareness</i> .....	11
Gambar 2 Kerangka Kerja Miles & Huberman .....	26
Gambar 3 Diagram Matriks SWOT .....	31
Gambar 4 Diagram Matriks IE (Internal/Eksternal) .....	32
Gambar 5 Diagram Cartesius Analisis SWOT .....	37
Gambar 6 Logo Pallet Coffee Jagakarsa.....	41
Gambar 7 Pallet Coffee Jagakarsa .....	41
Gambar 8 Pallet Coffee Jagakarsa .....	41
Gambar 9 Matriks SWOT Pallet Coffee Jagakarsa .....	61
Gambar 10 Kombinasi Matriks SWOT Pallet Coffee Jagakarsa .....	62
Gambar 11 Matriks Internal Eksternal Pallet Coffee Jagakarsa .....	63
Gambar 12 Diagram Cartesius Pallet Coffee .....	65
Gambar 13 Lokasi Pallet Coffee .....	68
Gambar 14 Kondisi Pallet Coffee .....	68
Gambar 15 Tema Pallet Coffee .....	69
Gambar 16 Tema Pallet Coffee .....	69
Gambar 17 <i>Chicken mushroom</i> .....	70
Gambar 18 <i>Mix platter</i> .....	70
Gambar 19 Sate Taichan .....	70
Gambar 20 <i>Hazelnut Chocolate</i> .....	70
Gambar 21 <i>Ocean Blue Mocktail</i> .....	70
Gambar 22 <i>Pallet Coffee Signature</i> .....	70
Gambar 23 Pelayanan Pallet Coffee .....	71
Gambar 24 Menu Makanan .....	71
Gambar 25 Menu Minuman .....	71
Gambar 26 Instagram Pallet Coffee Jagakarsa .....	72

