

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN PADA CAFE BELLY BUDDY NGAGEL GUBENG
SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**



OLEH:

ALMAS DHAFIN UMARA
17042010068

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2021

LEMBAR PERSETUJUAN
STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
PADA CAFE BELLY BUDDY NGAGEL GUBENG SURABAYA


Disusun oleh:

Almas Dhafin Umara
NPM:17042010068

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui

Pembimbing


Budi Prabowo, S.Sos, MM
NIP 19621016989031001

Mengetahui, DEKAN


Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRANIP.
19590701198703100

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA CAFE BELLY BUDDY NGAGEL GUBENG SURABAYA

Disusun Oleh:

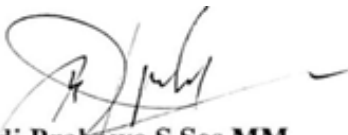
ALMAS DHAFIN UMARA

NPM. 17042010068

Telah Dipertahankan Dihadapkan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Program
Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal 26 Juni 2021

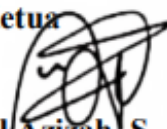
Menyetujui

PEMBIMBING



Budi Prabowo S.Sos.MM
NIP.19621016989031001

TIM PENGUJI

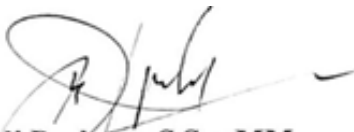
1. Ketua


Nurul Azizah, S. AB, M. AB
NIP. 17219910501002

2. SEKRETARIS


Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

3. ANGGOTA


Budi Prabowo S.Sos.MM
NIP.19621016989031001

Mengetahui

DEKAN


Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA
NIP. 19590701198703100

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, Rezeki yang tak terukur serta kesehatan yang tak terduga selalu menyertai kita semua, atas semua hal yang telah diberikan, kita dapat selalu beraktivitas dan membangun hal positif di setiap hari, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Cafe Belly Buddy Ngagel Surabaya”** dengan baik.

Penyusunan proposal ini tidak terlepas dari bimbingan serta arahan bapak **Budi Prabowo, S.Sos,M.M** selaku dosen pembimbing yang telah membantu dalam proses penyusunan laporan dengan perhatian dan kesabaran meluangkan waktu untuk peneliti. Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan dari segi susunan kalimat maupun tata bahasa, Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis sangat mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun untuk memberikan dorongan bagi penulis. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS., CHRA Selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si., selaku koordinator program studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Ibu dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Seluruh Karyawan dan staff Belly Buddy terutama Mbak Diah yang berkenan memberikan waktu luang sebagai informan di lapangan.

5. Orang tua dan keluarga yang dengan tulus memberikan dukungan baik moril maupun materil dalam proses belajar selama ini.
6. Rekan-rekan Administrasi Bisnis yang telah memberi semangat dan waktunya untuk menyelesaikan proposal ini

Tanpa bimbingan beliau mungkin penulis tidak akan dapat menyusun proposal ini dengan baik sesuai dengan format yang berlaku. Sebelumnya penulis mohon maaf sebesar-besarnya apabila terdapat kesalahan kata yang kurang berkenan. Semoga penelitian ini dapat berguna bagi orang yang membacanya.

Surabaya, Juli 2021

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN Error! Bookmark not defined.

LEMBAR PENGESAHAN Error! Bookmark not defined.

KATA PENGANTAR..... **iii**

BAB I PENDAHULUAN..... **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 7

1.3 Tujuan Penelitian 7

1.4 Manfaat Penelitian 8

1.4.1. Manfaat Teoritis 8

1.4.2. Manfaat Praktis 8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA **9**

2.1 Penelitian Terdahulu 9

2.2 Landasan Teori 12

2.2.1 Strategi 12

2.2.2 Pemasaran 17

2.2.3 SWOT 29

2.2.4 Penjualan 33

2.3 Kerangka Berfikir 42

BAB III METODOLOGI PENELITIAN **44**

3.1 Jenis Penelitian 44

3.2 Lokasi Penelitian 45

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel 46

1. Populasi 46

2. Sampel 46

3. Teknik Penarikan Sampel 47

3.4 Obyek dan Informan Penelitian 49

1. Obyek Penelitian 49

2. Informan Penelitian 49

3.5 Teknik Pengumpulan Data 50

1. Observasi 50

2. Wawancara (Interview) 52

3. Wawancara Mendalam (In Depth Interview) 53

4.	Pengumpulan Data dengan Dokumen (Studi Dokumentasi).....	53
3.6	Penguji Keabsahan Data.....	54
3.7	Teknik Analisis Data.....	55
3.8	Analisis SWOT.....	56
1.	Matrik IFAS (Internal Factor Analysis Summary)	56
2.	EFAS (External Factor Analysis Summary)	58
3.	Matriks SWOT	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		63
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	63
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	63
4.1.2	Profil Perusahaan	64
4.1.3	Visi dan Misi.....	64
4.1.4	Logo Perusahaan	65
4.1.5	Struktur Organisasi.....	66
4.1.6	Job Description	67
4.2	Hasil Penyajian Data.....	69
4.3	Tahap Pengumpulan Data	70
4.3.1	Data Internal.....	70
4.3.2	Data Eksternal	79
4.3.3	Data Informan	79
4.4	Pembahasan	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		101
5.1	Kesimpulan.....	101
5.2	Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA		105
LAMPIRAN.....		110

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel pertumbuhan Restoran dan Cafe di surabaya.....	2
Tabel 1.2 Daftar Situs yang meliputi Belly Buddy.....	4
Tabel 1.3 Volume Penjualan Belly Buddy.....	6
Tabel 3.1 Tabel IFAS.....	55
Tabel 3.2 Tabel EFAS.....	56
Tabel 3.3 Matriks SWOT.....	58
Tabel 4.1 Data Informan.....	67
Tabel 4.2 Tabel IFAS.....	70
Tabel 4.3 Tabel EFAS.....	71
Tabel 4.4 Rumusan Matriks Swot.....	74
Tabel 4.5 Rumusan Alternatif Strategi SWOT.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.....	29
Gambar 3.1.....	48
Gambar 4.1.....	56
Gambar 4.2.....	73

ABSTRAK

ALMAS DHAFIN UMARA, 17042010068, STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA CAFE BELLY BUDDY, NGAGEL, GUBENG, SURABAYA

Strategi Pemasaran merupakan aspek penting yang menunjang keberhasilan suatu usaha untuk dapat menembus pasar, dari beberapa strategi yang diterapkan, strategi pemasaran merupakan salah satu kunci untuk menaklukkan persaingan dengan beberapa pesaing, Tujuan peneliti melakukan penelitian ialah untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh Cafe Belly Buddy Surabaya dalam meningkatkan Volume penjualannya. Metode penelitian yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode deskriptif yang merupakan bagian dari analisis kualitatif dengan menggunakan teknik pengambilan data secara observasi, dokumentasi dan wawancara mendalam yang berkaitan dengan strategi branding produk berdasarkan dengan menggunakan bauran pemasaran 7P yaitu Product, Place, Price, Promotion, Process, Physical Evidence, People yang digunakan oleh peneliti dalam menemukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dengan metode SWOT. Hasil dari penelitian ini Dengan melalui analisis IFAS (Internal Strategy Factor Analisis Sumarry) dan EFAS (Eksternal Strategy Factor Analisis Sumarry) dapat diketahui bahwa Cafe Belly Buddy memiliki skor dari faktor internal yaitu, kekuatan sebesar 2,22 dan kelemahan memiliki skor 1,20, sedangkan dari faktor eksternal memiliki skor peluang 1,45 dan skor ancaman 1,49. . Pilihan strategi adalah SO, sehingga pada diagram SWOT terletak di kuadran 2, yaitu walaupun terdapat berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal, strategi yang harus digunakan adalah dengan menggunakan kekuatan yang memanfaatkan peluang jangka panjang menggunakan strategi diverkasi (produk dan pasar)

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Bauran Pemasaran

ABSTRACT

ALMAS DHAFIN UMARA, 17042010068, STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA CAFE BELLY BUDDY, NGAGEL, GUBENG, SURABAYA

Marketing strategy is an important aspect that supports the success of a business to be able to penetrate the market, from several strategies implemented, marketing strategy is one of the keys to conquering competition with several competitors, Marketing Strategy is a continuous strategy carried out by companies to market products so that profits will be formed. for the company. The purpose of this research is to find out the marketing strategy used by Belly Buddy Cafe, Surabaya in increasing its sales volume. The research method used for this study is a descriptive method which is part of a qualitative analysis using data collection techniques by observation, documentation and in-depth interviews related to product branding strategies based on the 7P marketing mix namely Product, Place, Price, Promotion, Process , Physical Evidence, People used by researchers in finding strengths, weaknesses, opportunities, and threats with the SWOT method. The results of this study Through the analysis of IFAS (Internal Strategy Factor Analysis Sumarry) and EFAS (External Strategy Factor Analysis Sumarry) it can be seen that Belly Buddy has a score of internal factors, namely, strengths of 2.22 and weaknesses having a score of 1.20, while from external factors has an opportunity score of 1.45 and a threat score of 1.49. . The choice of strategy is SO, so the SWOT diagram is located in quadrant 2, that is, although there are various threats, this company still has internal strengths, the strategy that must be used is to use strengths that take advantage of long-term opportunities using a diversification strategy (product and market)

Keyword: Marketing Strategy, SWOT Analysis, Marketing Mix