

**PERANAN SEGMENTASI PASAR DALAM MENENTUKAN
STRATEGI BISNIS UNTUK MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN BERGAS COFFEE SURABAYA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

LAILY NURFADILLAH

NPM. 1642010102

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
2021**

**PERANAN SEGMENTASI PASAR DALAM MENENTUKAN
STRATEGI BISNIS UNTUK MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN BERGAS COFFEE SURABAYA**

SKIRIPSI



Disusun Oleh :

LAILY NURFADILLAH

NPM. 1642010102

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PERANAN SEGMENTASI PASAR DALAM MENENTUKAN STRATEGI
BISNIS UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN BERGAS
COFFEE SURABAYA**

Disusun Oleh :



Laily Nurfadillah
NPM.1642010102

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

**Menyetujui,
PEMBIMBING**



Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

**Mengetahui
DEKAN FISIP**

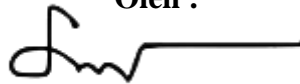


Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA
NIP. 195907011987031001

LEMBAR PENGESAHAN

PERANAN SEGMENTASI PASAR
DALAM MENENTUKAN STRATEGI BISNIS
UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN BERGAS COFFEE
SURABAYA

Oleh :




Laily Nurfadillah
NPM.1642010102

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada tanggal 28 Mei 2021

Menyetujui,

PEMBIMBING



Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

TIM PENGUJI

1. Ketua




Budi Prabowo, S.Sos.MM
NIP.196210161988031001

2. Sekretaris



Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196407291990032001

3. Anggota



Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

Mengetahui
DEKAN FISIP



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

NIP. 195907011987031001

ABSTRAK

LAILY NURFADILLA, 1642010102, PERANAN SEGMENTASI PASAR DALAM MENENTUKAN STRATEGI BISNIS UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN BERGAS COFFEE

Penelitian ini berjudul peranan segmentasi pasar dalam menentukan strategi bisnis untuk meningkatkan volume penjualan bergas coffee yang bertujuan untuk mengetahui : (1) Untuk mengetahui strategi pemasaran segmentasi pasar yang diterapkan pada bergas coffee, (2) Untuk menganalisis atau mengetahui peranan segmentasi pasar dalam menentukan strategi bisnis untuk meningkatkan volume penjualan bergas coffee.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif, dimana sumber penelitian ini diperoleh menggunakan teknik pengambilan data wawancara, observasi, dan pemanfaatan dokumen yang berkaitan dengan peran segmentasi pasar untuk menentukan strategi bisnis untuk meningkatkan volume penjualan bergas coffee. Lokasi penelitian pada penelitian ini adalah “bergas coffee” yang berlokasi Di Jalan Kalibutih No. 02 A, Tembok Dukuh, Kec. Bubutan, Kota Surabaya. Penentuan informan dilakukan dengan teknik sampling insidental dan sampling purposive selanjutnya, teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Dimana populasinya adalah tempat usaha bergas coffee yang terdiri dari owner 1 orang, karyawan 2 orang, pengunjung pada masa pandemi ini kurang lebih tiap harinya sekitar 25 orang hal itu dikarenakan masa pandemi Covid 19 ini. Sampel terdiri dari 1 orang pemilik bergas coffee, 2 orang karyawan bergas coffee serta \pm 10 orang konsumen/ pembeli di bergas coffee. karena pada saat penelitian peneliti hanya bertemu 10 orang.

Pada Penelitian ini diperoleh hasil pembahasan, yaitu dimana pada Bergas Coffee menggunakan beberapa segmentasi diantaranya Segmentasi Geografis, Psikografis, Demografis. Berdasarkan segmentasi tersebut Bergas Coffee menentukan strategi bisnisnya yaitu menggunakan strategi Bauran Pemasaran, dimana strategi tersebut berjalan efektif untuk meningkatkan volume penjualan pada Bergas Coffee.

Kata Kunci : strategi, segmentasi pasar, Volume Penjualan

ABSTRACT

LAILY NURFADILLAH, 1642010102, THE ROLE OF MARKET SEGMENTATION IN DETERMINING A BUSINESS STRATEGY TO IMPROVE COFFEE BERGAS SALES VOLUME

This study, entitled the role of market segmentation in determining business strategies to increase coffee bergas sales volume, aims to determine: (1) To determine the market segmentation marketing strategy applied to coffee bergas, (2) To analyze or determine the role of market segmentation in determining business strategy. to increase the sales volume of bergas coffee.

This study uses qualitative research methods with descriptive research type, where the source of this research is obtained using interview data collection techniques, observation, and use of documents related to the role of market segmentation to determine business strategies to increase coffee bergas sales volume. The research location in this study is "bergas coffee" which is located on Jalan Kalibutih No. 02 A, Tembok Dukuh, Kec. Bubutan, City of Surabaya. The determination of informants was carried out by incidental sampling techniques and subsequent purposive sampling, the data analysis techniques used in this study were data reduction, data presentation and conclusion drawing. Where the population is a coffee bergas business which consists of 1 owner, 2 employees, around 25 visitors during this pandemic every day, this is due to the Covid 19 pandemic. The sample consisted of 1 owner of bergas coffee, 2 employees of bergas coffee and \pm 10 consumers / buyers of bergas coffee. because at the time of the study the researchers only met 10 people.

In this study, the results of the discussion were obtained, namely that the Bergas Coffee uses several segments including Geographical, Psychographic, and Demographic Segmentation. Based on this segmentation, Bergas Coffee determines its business strategy, namely using the Marketing Mix strategy, where this strategy works effectively to increase sales volume at Bergas Coffee.

Keywords : strategy, market segmentation, sales volume

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT., karena atas berkat limpahan rahmat dan Anugerahnya – Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Peranan Segmentasi Pasar Dalam Menentukan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Bergas Coffee Surabaya”.

Penulis menyusun atau mengajukan Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi kewajiban akademis bagi mahasiswi Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jawa Timur, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dalam memenuhi syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan yaitu sarjana Strata 1 (S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis. Tidak hanya itu, Penulis juga sadar bahwa penulisan Skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan, hal itu dikarenakan keterbatasan pengetahuan dari penulis. Akan tetapi dengan usaha keras dan kemampuan yang ada serta dukungan para pihak, akhirnya Skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang tiada batasnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Gendut Soekarno, MS, CHRA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si, selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur dan juga selaku Dosen Penguji skripsi yang telah memberikan masukan kepada penulis untuk kesempurnaan skripsi ini.

3. Ibu Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si, selaku Dosen pembimbing serta Dosen Penguji skripsi yang telah memberikan masukan kepada penulis untuk kesempurnaan skripsi ini.
4. Bapak Budi Prabowo, S.Sos, MM selaku Dosen Penguji skripsi yang telah memberikan masukan kepada penulis untuk kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Pengajar di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu, didikan dan pengalaman yang sangat berarti kepada peneliti.
6. Terimakasih kepada Orang Tua, Kakak, dan Adek yang selalu marah – marah agar saya menyelesaikan studi saya.
7. Terimakasih kepada sahabat saya Inocca yang selalu menemani saya kemana aja ketika saya bosan mengerjakan Skripsi ini.

Ucapan terima kasih juga penulis ucapkan kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini dan tidak dapat saya sebutkan diatas. Jika suatu urusan sudah selesai maka kekurangannya pasti akan tampak secara jelas, dan penulis juga menyadari bahwa tidak ada yang sempurna didunia ini karena kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT. Oleh karena itu, maka saran dan kritik yang konstruktif sangat penulis harapkan. Akhirnya, semoga Skripsi yang penulis susun ini bisa menjadi kontribusi yang bermanfaat bagi penerus saya selanjutnya. Amin.

Surabaya, Mei 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERESETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Landasan Teori	12
2.2.1. Pemasaran	12
2.2.2. Strategi Pemasaran	14
2.2.3. Segmentasi Pasar	18
2.2.4. Volume Penjualan	28

2.3. Kerangka Berfikir	29
BAB III : METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	31
3.2. Batasan Masalah Penelitian	33
3.3. Lokasi Penelitian	33
3.4. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	34
3.4.1. Populasi	34
3.4.2. Sampel	35
3.4.3. Teknik Penarikan Sampel	35
3.5. Jenis Data, Sumber Data, dan Teknik Pengumpulan Data	36
3.5.1. Jenis Data	36
3.5.2. Sumber Data	36
3.5.3. Teknik Pengumpulan Data	38
3.6. Teknik Analisis Data	40
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil	42
4.1.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	42
4.1.1.1. Sejarah Tempat Usaha	42
4.1.1.2. Visi dan Misi Tempat Usaha	43
4.1.1.3. Logo Tempat Usaha	44
4.1.2. Penyajian Data	44
4.1.2.1. Penerapan Segmentasi Pasar Dalam Menentukan Strategi Bisnis	47

4.1.2.2. Biaya Pengeluaran & Volume Penjualan	
Bergas Coffee	55
4.2. Pembahasan	57
4.2.1. Analisis Data	57
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	70
5.2. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	78
DAFTAR TABEL	
Tabel 2.1. Keterkaitan Strategi Pemasaran	18
Tabel 4.1. Informan/Narasumber dari Pihak Internal	45
Tabel 4.2. Informan dari Pihak Eksternal Tempat Usaha (Konsumen)	45
Tabel 4.3. Jenis dan Harga Produk Bergas Coffee	53
Tabel 4.4. Volume Penjualan Bergas Coffee Tahun 2018 - 2020	56
Tabel 4.5. Biaya Usaha Bergas Coffee Tahun 2018 - 2020	57
Tabel 4.6. Data Biaya dan Volume Penjualan Tahun 2018 - 2020	68
DAFTAR GAMBAR	
Gambar 1.1 Konsumsi Kopi Nasional	4
Gambar 2.1 Proses Strategi Pemasaran	17
Gambar 2.2. Kerangka Berfikir	29
Gambar 4.1 Logo Bergas Coffee	44