

**ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) DALAM  
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA HANACARAKA *COFFEE* SIDOARJO  
DI MASA PANDEMI COVID-19**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**Anissa Lutfita**

**17042010061**

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

**2021**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME  
PENJUALAN PADA HANACARAKA *COFFEE* SIDOARJO  
DI MASA PANDEMI COVID-19**


**Disusun oleh :**

**ANISSA LUTFITA**  
**17042010061**

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

**Dosen Pembimbing**

  
**Dr. Jufok D., S. Sos., M. Si**  
**NPT. 3709570000421**

Mengetahui,

**Dekan**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

  
**Dr. Drs. Ec. Gendut Sukirno, MS. CHRA**  
**NIP. 19590701198703100**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) DALAM  
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA *CAFÉ HANACARAKA COFFEE*  
SIDOARJO DI MASA PANDEMI COVID-19**

Disusun oleh :

ANISSA LUTFITA  
NPM: 17042010061

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 26 Februari 2021


Menyetujui,

**PEMBIMBING**

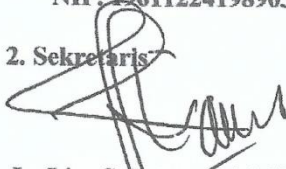
  
Dr. Jojok D., S.Sos. M.Si  
NPT. 3709570000421

**TIM PENGUJI**

1. Ketua

  
Dr. Ir. Rusdi Hidayat N. ST. M.Si  
NIP. 196112241989031007

2. Sekretaris

  
Ir. Lisa Sulistyawati. MM  
NIP. 196503261993092001

3. Anggota

  
Dr. Jojok D., S.sos. M.Si  
NPT. 3709570000421

Mengetahui,

**Dekan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
  
Dr. Drs. E. Gendut Sukarno, MS. CHRA  
NIP. 19590701198703100

## ABSTRAK

### ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA HANACARAKA COFFEE SIDOARJO DI MASA PANDEMI COVID-19

**Anissa Lutfita**

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN

“Veteran” Jawa Timur

Penelitian ini menggunakan Hanacaraka Coffee Sidoarjo yang merupakan salah satu sektor usaha yaitu *coffee shop* sebagai objek penelitian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam meningkatkan penjualan di masa pandemic covid-19 pada Hanacaraka Coffee Sidoarjo.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode analisis SWOT dan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, kuesioner, observasi dan dokumentasi yang berkaitan dengan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi produk, harga, promosi dan tempat oleh peneliti dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dengan metode analisis SWOT pada Hanacaraka Coffee Sidoarjo.

Berdasarkan penelitian ini didapatkan hasil IFAS yang menunjukkan kekuatan dengan skor sebesar 2,68 dan kelemahan dengan skor sebesar 0,81. Sedangkan hasil EFAS menunjukkan peluang dengan skor sebesar 2,29 dan ancaman dengan skor sebesar 0,99. Berdasarkan diagram Analisis SWOT, Hanacaraka Coffee menunjukkan pada diagram I dengan menggunakan strategi SO yaitu perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada sehingga strategi yang dapat diterapkan adalah mendukung pertumbuhan kebijakan yang agresif (*growth oriented strategy*) untuk meningkatkan volume penjualan di masa pandemic covid-19.

**Kata kunci** : Strategi Pemasaran, Analisis SWOT

## **ABSTRACT**

### **MARKETING MIX STRATEGY ANALYSIS IN INCREASING SALES IN HANACARAKA COFFEE SIDOARJO IN THE PANDEMIC PERIOD OF COVID-19**

**Anissa Lutfita**

Business Administration Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, UPN  
"Veteran" East Java

This study uses Hanacaraka Coffee Sidoarjo which is one of the business sectors, namely the coffee shop as the object of research. The purpose of this study was to determine and analyze the marketing mix strategy in increasing sales during the Covid-19 pandemic at Hanacaraka Coffee Sidoarjo.

The research method used is quantitative descriptive method using the SWOT analysis method and data collection techniques through in-depth interviews, questionnaires, observation and documentation related to the marketing mix strategy which includes product, price, promotion and place by researchers in identifying strengths, weaknesses, opportunities and threats with the SWOT analysis method at Hanacaraka Coffee Sidoarjo.

Based on this research, the IFAS results showed strength with a score of 2.68 and weakness with a score of 0.81. While the EFAS results show an opportunity with a score of 2.29 and a threat with a score of 0.99. Based on the SWOT analysis diagram, Hanacaraka Coffee shows in diagram I by using the SO strategy, that the company has opportunities and strengths so that it can take advantage of existing opportunities so that the strategy that can be implemented is to support aggressive policy growth (growth oriented strategy) to increase sales volume during a pandemic. covid-19.

**Keywords** : Marketing Strategy, SWOT Analysis

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan rasa puji dan syukur saya kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, berkat, hidayah dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “**Analisis Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Hanacaraka Coffee Sidoarjo Di Masa Pandemi Covid-19**” dengan baik meskipun banyak kekurangan didalamnya.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kekurangan, dan tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya arahan dan bimbingan dari bapak Dr.Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos, M.Si. yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis.

Pada kesempatan kali ini penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Dr.Drs.Ec.Gendut Soekarno,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 Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Ibu dosen program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Orang Tua dan Keluarga yang selalu mendoakan dan mendukung hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
5. Sahabat dan teman-teman yang selalu mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh karyawan Hanacaraka *Coffee* Sidoarjo terutama Mas Raynaldi Cesar Akbar selaku pemilik yang berkenan memberikan waktu sebagai informan di lapangan.

Saya menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan karena terbatasnya kemampuan, pengetahuan dan pengalaman yang peneliti miliki. Oleh sebab itu perlu adanya kritik dan saran dari pihak pembaca. Penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya,                      Februari 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	7
1.4.2 Manfaat Praktis .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Landasan Teori .....	11
2.2.1 Pengertian Pemasaran .....	11
2.2.2 Konsep Pemasaran .....	12
2.2.3 Tujuan Pemasaran .....	14
2.2.4 Strategi Pemasaran.....	15
2.2.5 Bauran Pemasaran .....	16
2.2.6 Penjualan.....	17
2.2.7 Pengertian Strategi.....	18



2.2.8	Manajemen Strategi .....	18
2.6	Analisis SWOT .....	19
2.5	Diagram Analisis SWOT .....	21
2.6	Kerangka Berpikir .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>25</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	25
3.2	Lokasi Penelitian .....	26
3.3.	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel .....	26
3.3.1	Populasi.....	26
3.3.2	Sampel.....	26
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel.....	26
3.4	Objek dan Informan Penelitian .....	28
3.4.1	Objek Penelitian.....	28
3.4.2	Informan Penelitian.....	28
3.5	Jenis dan Sumber Data.....	29
3.5.1	Data Primer .....	29
3.5.2	Data Sekunder.....	29
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.6.1	Observasi .....	30
3.6.2	Wawancara.....	30
3.6.4	Dokumentasi.....	31
3.7	Teknik Uji Instrumen .....	31
3.8	Teknik Analisis Data.....	34
3.9	Analisis SWOT .....	34
3.10	Matriks IFAS ( <i>Internal Factor Analysis Summary</i> ) .....	35

3.11	Matriks EFAS ( <i>External Factor Analysis Summary</i> ) .....	36
3.12	Perhitungan Matriks IFAS dan EFAS.....	38
3.13	Matriks SWOT.....	39
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>41</b>
4.1	Hasil.....	41
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	41
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan .....	42
4.1.3	Logo Perusahaan .....	42
4.1.4	Struktur Organisasi Perusahaan .....	43
4.1.5	Penyajian Data .....	44
4.1.6	Strategi Bauran Pemasaran Hanacaraka Coffee .....	51
4.1.7	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	55
4.1.8	Analisis SWOT.....	57
4.1.8.3	Matriks IFAS ( <i>Internal Factor Analysis Summary</i> ) dan EFAS ( <i>Eksternal Factor Analysis Summary</i> ) .....	59
4.1.8.4	Diagram Analisis SWOT .....	64
4.1.8.5	Matriks SWOT .....	66
4.2	Pembahasan.....	73
4.2.1	Strategi Bauran Pemasaran.....	73
4.2.2	Formulasi Strategi .....	75
4.2.3	Perbandingan Hasil Penelitian Pada Hanacaraka Coffe Dengan Penelitian Terdahulu.....	78
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>83</b>
5.1	Kesimpulan .....	83
5.2	Saran .....	84

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>87</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT .....</b>	<b>21</b>
<b>Gambar 2.2 Kerangka Berpikir .....</b>	<b>23</b>
<b>Gambar 4.2 Logo Hanacaraka <i>Coffee</i> .....</b>	<b>42</b>
<b>Gambar 4.3 Struktur Organisasi Hanacaraka <i>Coffee</i> .....</b>	<b>43</b>
<b>Gambar 4.4 Diagram Analisis SWOT .....</b>	<b>65</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Hanacaraka <i>Coffee</i> Sidoarjo .....	5
Tabel 3.1 Tabel IFAS.....	36
Tabel 3.2 Tabel EFAS .....	38
Tabel 3.3 Matriks SWOT.....	39
Table 4.1 Hasil Uji Validitas .....	56
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.3 Hasil Analisis IFAS ( <i>Internal Factor Analysis Summary</i> ) .....	59
Tabel 4.4 Hasil Analisis EFAS ( <i>Eksternal Factor Analysis Summary</i> ).....	62
Tabel 4.5 Rumusan Strategi Matriks SWOT.....	64
Tabel 4.6 Matriks SWOT.....	66
Tabel 4.7 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu .....	78