

STRATEGI PEMASARAN PADA CAFE CELEBRITY BU WIWIK

DI JALAN LECI MOJOKERTO

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur



OLEH:

ANGGA TRISILA YUDA

NPM : 1342010082

KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA  
2017

**STRATEGI PEMASARAN PADA CAFÉ CELEBRITY BU WIWIK DI  
JALAN LECI MOJOKERTO**

**Disusun Oleh :**

**ANGGA TRISILA YUDA**  
**NPM. 1342010082**

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi  
Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Pembangunan Nasional “veteran” Jawa Timur  
Pada tanggal 26 Mei 2016**

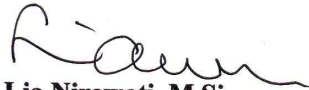
**Pembimbing Utama**

**Tim Penguji:**

**1. Ketua Penguji**



**Dra. Lia Nirawati, M.Si**  
**NIP. 196009241993032001**



**Dra. Lia Nirawati, M.Si**  
**NIP. 196009241993032001**

**2. Sekretaris Penguji**



**Dra. Sonja Andarini, M.Si**  
**NIP. 196503261993092001**

**3. Anggota Penguji**



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

**Mengetahui,  
Dekan**

**Dr. Lukman Arif, M.Si**  
**NIP. 196902011994031001**

**STRATEGI PEMASARAN PADA CAFÉ CELEBRITY BU WIWIK  
DI JALAN LECI MOJOKERTO**

**Disusun Oleh :**

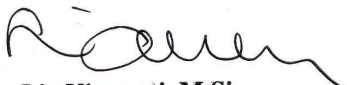
**Angga Trisila Yuda**

**NPM. 1342010082**

**Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi**

**Menyetujui,**

**Pembimbing Utama**



**Dra. Lia Nirawati, M.Si**  
**NIP. 196009241993032001**

**Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**



**Dr. Eukman Arif, M.Si**  
**NIP. 196411021994031001**

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : “Strategi Pemasaran Pada Café Celebrity Bu Wiwik Di Jalan Leci Mojokerto ”.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, tidak akan berjalan dengan lancar dan berwujud baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulis ingin mengucapkan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada Dra. Lia Nirawati, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan petunjuk sehingga terselesaikannya skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Lukman Arif M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Sonja Andarini M.Si selaku Koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Orang tua, kakak dan teman penulis atas kesabaran yang tiada henti dalam mendukung penyelesaian laporan skripsi ini.

Dalam penyusunan laporan skripsi ini, penulis menyadari banyak kekurangan baik dari segi teknis maupun dalam segi penyusunannya. Untuk itu, penulis senantiasa bersedia dan terbuka dalam menerima saran dan kritik yang bersifat membangun.

Besar harapan penulis agar laporan ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga Allah SWT senantiasa memberikan petunjuk bagi kita semua. Amin.

Surabaya, Juni 2017

Penulis

## DAFTAR ISI

|                                       |          |
|---------------------------------------|----------|
| HALAMAN JUDUL.....                    | i        |
| LEMBAR PERSETUJUAN.....               | ii       |
| LEMBAR PENGESAHAN .....               | iii      |
| KATA PENGANTAR .....                  | iv       |
| DAFTAR ISI .....                      | vi       |
| DAFTAR GAMBAR .....                   | x        |
| DAFTAR TABEL.....                     | xi       |
| ABSTRAKSI .....                       | xii      |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>        | <b>1</b> |
| 1.1. Latar Belakang .....             | 1        |
| 1.2. Rumusan Masalah .....            | 7        |
| 1.3. Tujuan Penelitian .....          | 7        |
| 1.4. Manfaat Penelitian .....         | 8        |
| 1.4.1 Secara Teoritis.....            | 8        |
| 1.4.2 Secara Praktis .....            | 8        |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>    | <b>9</b> |
| 2.1. Hasil Penelitian Terdahulu ..... | 9        |
| 2.2. LandasanTeori.....               | 11       |

|  |   |           |
|--|---|-----------|
| 2.2.1                                      | Pengertian Pemasaran .....                        | 11        |
| 2.2.2                                      | Definisi Pemasaran .....                          | 12        |
| 2.2.3                                      | Konsep Pemasaran .....                            | 13        |
| 2.2.4                                      | Manajemen Pemasaran.....                          | 14        |
| 2.2.5                                      | Strategi Pemasaran .....                          | 15        |
| 2.2.6                                      | Bauran Pemasaran .....                            | 19        |
| 2.3  | Analisis SWOT .....                               | 21        |
| 2.4  | Cara Membuat Analisis SWOT .....                  | 22        |
| 2.5  | Kerangka Berfikir .....                           | 25        |
| <b>BAB III METODELOGI PENELITIAN .....</b> |   | <b>26</b> |
| 3.1  | Metode Penelitian .....                           | 26        |
| 3.2  | Batasan Masalah Penelitian .....                  | 27        |
| 3.3  | Lokasi Penelitian.....                            | 28        |
| 3.4  | Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sample..... | 28        |
| 3.4.1                                      | Populasi.....                                     | 28        |
| 3.4.2                                      | Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....           | 28        |
| 3.5  | Obyek dan Informan Penelitian .....               | 30        |
| 3.5.1                                      | Obyek Penelitian.....                             | 30        |
| 3.5.2                                      | Informan Penelitian .....                         | 30        |
| 3.6  | Teknik Pengumpulan Data .....                     | 31        |
| 3.6.1                                      | In-depth Interview.....                           | 31        |
| 3.6.2                                      | Observasi Partisipan .....                        | 32        |
| 3.6.3                                      | Dokumentasi .....                                 | 33        |

|   |           |
|---|-----------|
| 3.7 Teknik Pengumpulan Data .....   | 33        |
| 3.8 Analisis SWOT .....   | 33        |
| 3.8.1 Internal Factor Analysis Summary (IFAS) .....                                   | 34        |
| 3.8.2 External Factor Analysis Summary (EFAS) .....                                   | 36        |
| 3.8.3 Matrik SWOT .....   | 38        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>  | <b>40</b> |
| 4.1. Hasil .....  | 40        |
| 4.1.1 Gambaran Umum Café Celebrity .....  | 40        |
| 4.1.2 Struktur Organisasi .....   | 41        |
| 4.1.3 Penyajian Data .....  | 43        |
| 4.1.4 Data Informan .....   | 56        |
| 4.1.5 Strategi Pemasaran .....  | 57        |
| 4.1.6 Analisis SWOT .....   | 59        |
| 4.1.7 Tahap Analisis Faktor Internal dan Eksternal Menggunakan Ifas<br>Dan Efas ..... | 61        |
| 4.1.8 Tahap Analisis SWOT .....   | 66        |
| 4.2 Pembahasan .....  | 72        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>  | <b>73</b> |
| 5.1. KESIMPULAN.....  | 73        |
| 5.2. SARAN .....  | 74        |



DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR GAMBAR

|                                | Halaman |
|--------------------------------|---------|
| <b>GAMBAR</b>                  |         |
| 2.1 Analisis SWOT .....        | 24      |
| 2.2 Kerangka Berpikir .....    | 26      |
| 4.1 Struktur Organisasi .....  | 43      |
| 4.2 Diagram Analisis SWOT..... | 66      |

## DAFTAR TABEL

| TABEL  | Halaman |
|--|---------|
| 1.1 Data Penjualan .....   | 6       |
| 3.1 IFAS ( Internal Factor Analysis Strategy) .....              | 36      |
| 3.2 EFAS ( Exsternal Factor Analysis Strategy) .....             | 38      |
| 3.3 Matrik SWOT .....  | 40      |
| 4.2 Informan Café Celebrity .....                                | 57      |
| 4.3 Hasil Analisis IFAS (Internal Factor Analysis Strategy)..... | 61      |
| 4.5 Hasil Analisis EFAS (External Factor Analysis Strategy)..... | 63      |
| 4.6 Rumusan Strategi Matrik SWOT/TOWS .....                      | 67      |
| 4.7 Perencanaan Kombinasi Strategi SWOT/TOWS.....                | 68      |
| 4.8 Matrik SWOT/TOWS .....                                       | 69      |

# STRATEGI PEMASARAN PADA CAFÉ CELEBRITY BU WIWIK DI JALAN LECI MOJOKERTO

Oleh :

ANGGA TRISILA YUDA

1342010082

## ABSTRAKSI

Pada era globalisasi seperti ini usaha kecil merupakan salah satu pilar dalam perekonomian nasional. Akhir-akhir ini usaha kecil banyak mendapat perhatian. Hal ini disebabkan karena kemampuannya bertahan dalam menghadapi krisis ekonomi dan menyerap tenaga kerja sangat membantu kelangsungan roda perekonomian di Indonesia. Karena usaha kecil dianggap masyarakat mampu untuk membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat yang bergerak dibidang sektor informal, maka masyarakat mulai berpikir untuk menjalankan usaha kecil yang memiliki inovasi dalam menjalankan kegiatan bisnis usaha kecilnya.

Semakin berkembangnya dunia usaha di segala jenis sektor tentu ini akan berimbas pada tingkat persaingan dunia usaha yang semakin ketat. Hal ini memaksa perusahaan untuk lebih memperhatikan lingkungan yang dapat mempengaruhi perusahaan, agar perusahaan mengetahui strategi pemasaran seperti apa dan bagaimana yang harus diterapkan dalam perusahaan. Minat konsumen terhadap Café semakin meningkat terutama di kota-kota besar. Oleh karena itu penulis meneliti Strategi Pemasaran Pada Cafe Celebrity Di Jalan Leci, Mojokerto.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan analisis SWOT, untuk mencapai kesimpulan SWOT dan mengetahui strategi pemasaran yang tepat pada Café Celebrity maka penulis melakukan analisis lingkungan dengan menggunakan IFAS yang mencakup mengenai kekuatan dan kelemahan perusahaan dan EFAS mencakup mengenai peluang dan ancaman bagi perusahaan.

Dalam penelitian ini menghasilkan analisis IFAS kekuatan dengan skor 1,95 dan kelemahan dengan skor 0,8 sedang pada hasil analisis EFAS peluang dengan skor 1,9 dan ancaman dengan skor 1,25. Maka dapat disimpulkan dalam diagram SWOT posisi Café Celebrity berada pada kuadran I dimana posisi ini menjelaskan bahawa Café Celebrity memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (growth oriented strategy).

Kata kunci : Analisis SWOT, EFAS, IFAS, Strategi Pemasaran

# MARKETING STRATEGY ON CAFÉ CELEBRITY MISS WIWIK IN LECI ROAD MOJOKERTO

Collated By:  
ANGGA TRISILA YUDA  
1342010082

## ABSTRACT

In this era of globalization small business is one of the pillars in the national economy. Lately many small businesses get attention. This is due to its ability to survive in the face of economic crisis and absorbing the workforce is very helpful for the sustainability of the wheels of the economy in Indonesia. Because small businesses are perceived to be able to create new jobs for people in the informal sector, people start thinking of running small businesses that have innovation in running their small business activities.

The growing world of business in all sectors of this course will impact on the level of business competition is getting tighter. This forces the company to pay more attention to the environment that can affect the company, so that companies know what kind of marketing strategy and how to apply in the company. Consumer interest in Café is increasing especially in big cities. Therefore, the authors examine the Marketing Strategy At Cafe Celebrity On Leci, Road, Mojokerto.

In this study the authors use qualitative descriptive research method with SWOT anilisis, to reach the conclusion of SWOT and know the right marketing strategy at Café Celebrity then the authors do environmental analysis by using IFAS that covers the strength and weakness of the company and EFAS covers about opportunities and threats for the company .

In this study resulted IFAS analysis of strength with score of 1.95 and weakness with score of 0.8 is on the result of EFAS probability analysis with score 1.9 and threat with score 1.25. So it can be concluded in the diagram of SWOT Café Celebrity position is in quadrant I where this position explains that Café Celebrity has the opportunity and power so that it can take advantage of opportunities. The strategy to be applied under these conditions is to support an aggressive growth policy (growth oriented strategy).

Keywords: SWOT Analysis, EFAS, IFAS, Marketing Strategy