

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN PADA JUNGKIR BALIK COFFEE SIDOARJO**

SKRIPSI



Oleh:

ALFIRA KUSUMAHAYU PRAMONO

1642010017

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Jungkir Balik Coffee Sidoarjo"
Nama Mahasiswa : Alfira Kusumahayu Pramono
NPM : 1642010017
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Dra. Siti Ning Farida, M.Si

NIP.196407291990032

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



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

NIP. 195907011987031001

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Penelitian : **"Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Jungkir Balik Coffee Sidoarjo"**
Nama Mahasiswa : **. Alfira Kusumahayu Pramono**
NPM : **1642010017**
Program Studi : **Administrasi Bisnis**
Fakultas : **Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional
"Veteran" Jawa Timur Pada tanggal 30 April 2020

PEMBIMBING

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

TIM PENGUJI

1. Ketua

Budi Prabowo, S.Sos, MM
NIP.1962101619888031001

2. Sekretaris

Dra. Hl. Suparwati, M.Si
NIP. 195507181983022991

3. Anggota

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

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



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

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkah, rahmat, dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan tepat pada waktunya.

Penelitian ini berjudul **“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Jungkir Balik Coffee Sidoarjo”**. Skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis memohon kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun demi kesempurnaan penelitian ini. Selesaiannya kegiatan hingga penyusunan laporan ini tidak lepas dari adanya arahan dan bimbingan dari Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si yang dengan segala perhatian dan kesabarannya hingga rela meluangkan waktu untuk penulis.

Selama penelitian, penulis mendapat beberapa bimbingan dan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih 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 dan Ibu dosen Progdil Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur atas ilmu yang diberikan kepada penulis.
4. Papa, Mama, Kakak, dan Adik - adik saya yang tiada henti memberikan doa, semangat, dukungan dan motivasi kepada penulis mulai dari awal kuliah hingga proses skripsi ini.
5. Sahabat yang telah mendukung dan membantu penulis dalam pengerjaan penulisan laporan skripsi ini.
6. Teman – teman Gurlz yang selalu membantu dan memberi semangat kepada penulis selama masa perkuliahan sampai penulisan skripsi.
7. Pihak Jungkir Balik Coffee Sidoarjo yang telah membantu penulis dengan memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian skripsi.

Penulis menyadari, dalam penelitian ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Hal ini disebabkan terbatasnya kemampuan, pengetahuan dan pengalaman yang saya miliki. Oleh karena itu perlu adanya kritik dan saran dari pihak pembaca. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi saya khususnya dan pembaca pada umumnya.

Surabaya, April 2020

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAKSI.....	iii
ABSTRACTION.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Landasan Teori.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Pengertian Strategi.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Pengertian Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Konsep Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.4 Fungsi Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.5 Tujuan Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.6 Manajemen Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.7 Strategi Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.8 Unsur-Unsur Strategi Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.9 Penjualan.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.10 Bauran Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.11 Analisis SWOT.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.12 Cara membuat Analisis SWOT.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Kerangka Berpikir.....	Error! Bookmark not defined.

BAB III METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
3.1 Jenis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Batasan Masalah Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Lokasi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.1 Populasi.....	35
3.4.2 Sampel.....	36
3.4.3 Teknik Penarikan Sampel.....	37
3.5 Objek dan Informan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Objek Penelitian.....	38
3.5.2 Informan Penelitian.....	38
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.1 Observasi.....	39
3.6.2 Wawancara.....	41
3.7 Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.8 Analisis SWOT.....	Error! Bookmark not defined.
3.8.1 Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS).....	38
3.8.2 Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS).....	38
3.8.3 Matriks SWOT.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.
4.1 Hasil.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Profil Perusahaan.....	50
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	52
4.1.3 Struktur Organisasi.....	53
4.1.4 Logo Perusahaan.....	57
4.2 Analisis dan Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Bauran Pemasaran.....	58
4.2.2 Analisis SWOT.....	62
4.2.2.1 Analisis Lingkungan Internal.....	62
4.2.2.2 Analisis Lingkungan Eksternal.....	63
4.2.2.3 Matriks IFAS.....	65

4.2.2.4 Matriks EFAS.....	67
4.2.2.5 Diagram Analisis SWOT.....	68
4.2.2.6 Matriks SWOT.....	70
4.3 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Konsumen Jungkir Balik Coffee.....	5
Tabel 4.1 Analisis SWOT Jungkir Balik Coffee.....	65
Tabel 4.2 Matriks Hasil Analisis IFAS.....	65
Tabel 4.3 Matriks Hasil Analisis EFAS.....	68
Tabel 4.4 Rumusan Matriks Hasil Analisis SWOT.....	71
Tabel 4.5 Matriks SWOT.....	72
Tabel 4.6 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT.....	30
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir.....	32
Gambar 3.1 Diagram Matriks SWOT.....	43
Gambar 4.1 Bar Kontainer Jungkir Balik Coffee.....	51
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Jungkir Balik Coffee.....	53
Gambar 4.3 Logo Perusahaan.....	57
Gambar 4.4 Diagram Analisis SWOT.....	70

ABSTRAKSI

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA JUNGKIR BALIK COFFEE SIDOARJO

Alfira Kusumahayu Pramono

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

UPN “Veteran” Jawa Timur

alfira398@gmail.com

Penelitian ini menggunakan Jungkir Balik Coffee Sidoarjo yang merupakan usaha yang bergerak pada bidang kafe atau *coffee shop* sebagai obyek penelitian. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan yang diterapkan oleh Jungkir Balik Coffee Sidoarjo. Hasil dari metode analisis SWOT tersebut digunakan sebagai dasar untuk menentukan strategi pemasaran yang dapat dilakukan Jungkir Balik Coffee Sidoarjo dalam meningkatkan volume penjualan.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan menggunakan teknik pengambilan data observasi dan wawancara mendalam yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat/distribusi, dan promosi yang digunakan oleh peneliti dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dengan metode analisis SWOT pada Jungkir Balik Coffee Sidoarjo.

Dari penelitian ini didapatkan hasil IFAS yang menunjukkan kekuatan sebesar 2,00 dan kelemahan sebesar 0,70. Sedangkan pada hasil EFAS menunjukkan peluang sebesar 1,94 dan ancaman sebesar 1,25. Hasil pilihan strategis adalah Strategi SO, dimana pada diagram SWOT terletak pada posisi Kuadran I, yaitu perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada sehingga strategi yang harus ditetapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

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

ABSTRACTION

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA JUNGKIR BALIK COFFEE SIDOARJO

Alfira Kusumahayu Pramono

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

UPN “Veteran” Jawa Timur

alfira398@gmail.com

This research uses Jungkir Balik Coffee Sidoarjo which is a business that operates in the field of cafe or coffee shop as an object of research. The purpose of this study is to determine and analyze marketing strategies in improving sales volume implemented by Jungkir Balik Coffee Sidoarjo. The results of the SWOT analysis method are used as a basis for determining marketing strategies that can be done Jungkir Balik Coffee Sidoarjo in improving sales volume.

The research method used is qualitative using observation data collection techniques and in-depth interviews related to marketing strategies that include products, prices, places / distribution, and promotions used by researchers in identifying strengths, weaknesses, opportunities, and threats with the SWOT analysis method on Tungkir Balik Coffee Sidoarjo.

From this study the results of IFAS showed a strength of 2.00 and a weakness of 0.70. While the EFAS results show an opportunity of 1.94 and a threat of 1.25. The result of strategic choice is SO Strategy, where in the SWOT diagram lies in Quadrant I position, the company has opportunities and strengths so that it can take advantage of existing opportunities so that the strategy that must be set is to support an aggressive growth policy (growth oriented strategy).

Keywords: Marketing Strategy, Marketing Mix, SWOT Analysis, EFAS Matrix, IFAS Matrix