

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE
ANALISIS SWOT PADA KEDAI COKELAT KLASIK**

(Studi di Kedai Cokelat Klasik Jombang)

SKRIPSI



Disusun Oleh :

IDHA DWI FIRDAYANTI

18042010117

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2022

LEMBAR PERSETUJUAN
STRATEGI BAURAN PEMASARAN DENGAN ANALISIS SWOT
PADA KEDAI COKELAT KLASIK
(Studi di Kedai Cokelat Klasik Jombang)

Disusun Oleh :

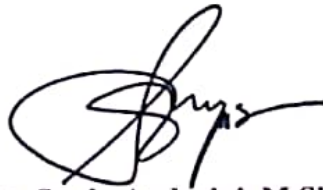
IDHA DWI FIRDAYANTI

18042010117

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



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

LEMBAR PENGESAHAN

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE
ANALISIS SWOT PADA KEDAI COKELAT KLASIK**


Disusun Oleh:

Idha Dwi Firdavanti
NPM. 18042010117

**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 18 Juli 2022**


Menyetujui

PEMBIMBING



Dra. Sofia Andarni, M.Si
NIP. 19650326199309201

TIM PENGUJI


1. Ketua


Budi Prabowo, S.Sos, MM
NIP. 196210161988031001


2. Sekretaris


Dr. Rusli Hidayat N., M.Si
NIP.196112241989031007

3. Anggota


Dra. Sofia Andarni, M.Si
NIP. 19650326199309201

Mengetahui,
DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. Drs. E. Gondot Sukarno, MS, CHRA
NIP.195907011987031001

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Idha Dwi Firdayanti

NPM : 18042010117

Fakultas /Program Studi : FISIP/Administrasi Bisnis

Judul Skripsi/Tugas Akhir/

Tesis/Desertasi : Strategi Bauran Pemasaran Menggunakan Metode Analisis SWOT Pada Kedai Cokelat Klasik.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 21 Juli 2022

Yang Menyatakan



(Idha Dwi Firdayanti)

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah melimpahkan rahmat, taufiq, serta hidayahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul **“STRATEGI BAURAN PEMASARAN DENGAN ANALISIS SWOT PADA KEDAI COKELAT KLASIK”** ini dengan baik meskipun banyak kekurangan. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat kelulusan program Sarjana di Progdil Administrasi Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penulis menyadari sepenuhnya tidak terlepas dari campur tangan pihak-pihak lain.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar dan berwujud baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih khususnya kepada Ibu Dra. Sonja Andarini, M.Si selaku dosen pembimbing penyusunan skripsi ini, yang telah bersedia dengan sabar memberikan masukan dan bimbingannya, kemudian diantaranya:

1. Yth. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno., MS, CHRA selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Yth. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Yth. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Ibu Irma Wijayanti dan suami selaku pemilik Kedai Cokelat Klasik yang memudahkan memberikan informasi.
5. Kedua orang tua yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
6. Teman-teman penulis yang telah memberikan dukungan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

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

Besar harapan penulis agar proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih dan semoga Allah SWT senantiasa memberikan petunjuk bagi kita semua.

Surabaya, 02 Juni 2022

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACTION	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Secara Praktis.....	10
1.4.2 Secara Teoritis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 Pengertian Strategi.....	14
2.2.2 Pengertian Pemasaran.....	16
2.2.3 Konsep Pemasaran.....	17
2.2.4 Tujuan Pemasaran.....	19
2.2.5 Manajemen Pemasaran.....	19
2.2.6 Strategi Pemasaran.....	20
2.2.7 Bauran Pemasaran.....	21
2.2.8 Penjualan.....	24
2.2.9 Analisis SWOT.....	25
2.3 Kerangka Berpikir.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Batasan Masalah Penelitian.....	34
3.3 Lokasi Penelitian.....	33
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	33
3.4.1 Populasi.....	33
3.4.2 Sampel.....	34
3.4.3 Teknik Penarikan Sampel.....	34
3.5 Objek dan Informan Penelitian.....	35
3.5.1 Objek Penelitian.....	35

3.5.2 Informan Penelitian	35
3.6 Teknik Pengumpulan Data	36
3.6.1 Observasi	36
3.6.2 Wawancara	38
3.6.3 Dokumentasi	38
3.6.4 Triangulasi	39
3.7 Teknik Analisis Data	39
3.8 Analisis SWOT	40
3.8.1 Cara Membuat Analisis SWOT	40
3.8.2 Langkah-langkah Analisis SWOT	41
3.9 Menyusun Tabel Analisis Faktor Strategi Internal (IFAS) dan Tabel Analisis Faktor Strategi Eksternal (EFAS).....	42
3.10 Matriks SWOT.....	47
3.11 Jadwal Penelitian	53
3.12 Kerangka pertanyaan	53

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil.....	59
4.1.1 Gambaran umum Kedai Cokelat Klasik.....	59
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	60
4.1.3 Logo perusahaan.....	60
4.1.4 Struktur organisasi	61
4.2 Analisis dan Pembahasan	62
4.2.1 Penyajian data.....	62
4.3 Bauran Pemasaran	70
4.4 Analisis SWOT	74
4.4.1 Analisis Lingkungan Internal	74
4.4.2 Analisis Lingkungan Eksternal.....	75
4.4.3 Matriks IFAS	75
4.4.4 Matriks EFAS	77
4.4.5 Diagram Analisis SWOT	78
4.4.6 Matriks SWOT	81
4.5 Pembahasan	86
4.6 Formulasi Strategi.....	87
4.7 Hambatan Penelitian.....	89
4.8 Perbandingan Hasil Penelitian Pada Kedai Cokelat Klasik dengan Penelitian Terdahulu	90

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	101
5.2 Saran.....	102

DAFTAR PUSTAKA	103
-----------------------------	------------

LAMPIRAN..... 105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bauran Pemasaran.....	25
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	31
Gambar 3.1 Diagram Analisis SWOT	53
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	61
Gambar 4.2 Struktur Organisasi	62
Gambar 4.3 Produk Kedai Cokelat Klasik	72
Gambar 4.4 Menu Harga Kedai Cokelat Klasik	73
Gambar 4.5 Diagram Analisis SWOT	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkiraan Konsumsi Cokelat di Indonesia pada Tahun 2016-2020...	5
Tabel 1.2 Industri Makanan dan Minuman di Jombang	6
Tabel 1.3 Data Penjualan Kedai Cokelat Klasik	8
Tabel 3.1 Tabel Analisis SWOT	43
Tabel 3.2 Tabel IFAS	43
Tabel 3.3 Tabel EFAS	44
Tabel 3.4 Perolehan Skor Bobot Kuisoner Informan	45
Tabel 3.5 Pedoman Nilai Rating	47
Tabel 3.6 Perolehan Skor Rating Kuisoner Informan	47
Tabel 3.7 Matriks SWOT	51
Tabel 4.1 Identitas Informan	70
Tabel 4.2 Matriks IFAS	76
Tabel 4.3 Matriks EFAS	78
Tabel 4.4 Rumusan Strategi Matriks SWOT	81
Tabel 4.5 Matriks SWOT	82

ABSTRAKSI

STRATEGI BAURAN PEMASARAN DENGAN ANALISIS SWOT PADA KEDAI COKELAT KLASIK

Idha Dwi Firdayanti

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UPN “Veteran” Jawa Timur

idhadwif65@gmail.com

Penelitian ini dilakukan pada Kedai Cokelat Klasik yang merupakan usaha yang bergerak pada bidang usaha bisnis kuliner sebagai obyek penelitian. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis strategi bauran pemasaran yang diterapkan berdasarkan Analisis SWOT oleh Kedai Cokelat Klasik. Hasil dari metode analisis SWOT tersebut digunakan sebagai dasar untuk menentukan strategi bauran pemasaran yang dapat dilakukan Kedai Cokelat Klasik. Metode penelitian yang digunakan adalah jenis kualitatif dengan analisis deskriptif yang mengacu pada konsep bauran pemasaran 4P yaitu *Product* (produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat) dan *Promotion* (Promosi). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam, observasi partisipatif serta penelitian lapangan. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis SWOT dengan tahapan menyusun matriks IFAS dan EFAS, menentukan kuadran SWOT dan matriks SWOT. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Kedai Cokelat Klasik berada pada posisi kuadran I. Dapat disimpulkan bahwa strategi bauran pemasaran yang diterapkan dengan analisis SWOT adalah strategi agresif yaitu dengan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada.

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

ABSTRACTION

MARKETING MIX STRATEGY WITH SWOT ANALYSIS AT THE CLASSIC

CHOCOLATE STORE

Idha Dwi Firdayanti

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UPN “Veteran” Jawa Timur

idhadwif65@gmail.com

This research was conducted at the Kedai Cokelat Klasik which is a business engaged in the culinary business sector as the object of research. The purpose of this study is to identify and analyze the marketing mix strategy implemented based on the SWOT analysis by Kedai Cokelat Klasik. The results of the SWOT analysis method are used as the basis for determining the marketing mix strategy that can be carried out by Kedai Cokelat Klasik. The research method used is a qualitative type with descriptive analysis which refers to the concept of the 4P marketing mix, namely Product, Price, Place and Promotion. Data collection techniques were carried out by means of in-depth interviews, participatory observation and field research. The analytical method used is the SWOT analysis method with the stages of compiling the IFAS and EFAS matrices, determining the SWOT quadrant and SWOT matrix. From the results of the study, it can be concluded that Kedai Cokelat Klasik is in quadrant I position. It can be concluded that the marketing mix strategy applied by SWOT analysis is an aggressive strategy, namely by maximizing its strengths to take advantage of existing opportunities.

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