

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
OMZET PENJUALAN PADA WARUNG KOPI ALANG  
SURABAYA DENGAN METODE ANALISIS SWOT**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**WILDAN JOVIAN WAHYU TYAS SAPUTRA**

**20042010138**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**2024**



**LEMBAR PERSETUJUAN**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN OMZET**

**PENJUALAN PADA WARUNG KOPI ALANG SURABAYA DENGAN**

**METODE ANALISIS SWOT**

Disusun oleh :

**WILDAN JOVIAN WAHYU TYAS SAPUTRA**

**NPM. 20042010138**

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

**PEMBIMBING UTAMA**



**Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB**

**NIP. 198910302020121007**

Mengetahui,

**DEKAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si**

**NIP. 196804182021211006**



**LEMBAR PENGESAHAN**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA WARUNG KOPI ALANG SURABAYA DENGAN METODE ANALISIS SWOT**

Disusun oleh :

**WILDAN JOVIAN WAHYU TYAS SAPUTRA**

**NPM. 20042010138**

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Proposal Skripsi Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Pada Tanggal 13 Mei 2024


Menyetujui :


**PEMBIMBING UTAMA**

**TIM PENGUJI**

  
**Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB**  
**NIP. 198910302020121007**

1. Ketua  
  
**R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos., M.Si**  
**NIP. 197206132021211003**

2. Sekretaris  
  
**NurulAzizah, S.AB., M.AB**  
**NPT. 17219910501002**

3. Anggota  
  
**Yanda Bara Kusuma, SAB., M.AB**  
**NIP. 198910302020121007**

Mengetahui,

**DEKAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si**  
**NIP. 196804182021211006**



## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wildan Jovian Wahyu Tyas Saputra  
NIM : 20042010138  
Fakultas /Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA WARUNG KOPI ALANG SURABAYA DENGAN METODE ANALISIS SWOT

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 Januari 2023

atakan  
  
METERAI TEMPEL  
D7B3BALX183449791

**Wildan Jovian Wahyu Tyas Saputra**  
NPM. 20042010138

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penyusunan skripsi yang berjudul **“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan pada Warung Kopi Alang Surabaya dengan Metode Analisis SWOT”** ini dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB. selaku dosen pembimbing yang telah mencurahkan segala perhatian dan bantuannya dengan memberikan saran, arahan serta nasihat sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Penulis juga ini menyampaikan banyak ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA. selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Budi Prabowo, S.Sos., M.M. selaku dosen wali yang selalu memberikan dukungan dan bantuan selama perkuliahan.

4. 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.
5. Kedua orang tua yang telah memberikan dukungan, doa restu serta motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Dan untuk seluruh pihak yang telah memberikan doa dan dukungan.

Penulis berharap skripsi ini dapat menjadi ilmu yang bermanfaat bagi siapapun yang membacanya. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan untuk memperbaiki skripsi ini.

Surabaya, Mei 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>ABSTRAK</b> .....	xi
<b>ABSTRACT</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Landasan Teori .....	9
2.2.1 Strategi .....	9
2.2.2 Pemasaran .....	10
2.2.3 Omzet Penjualan .....	17
2.2.4 Analisis SWOT .....	19
2.3 Kerangka Berpikir .....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	28
3.1 Jenis Penelitian .....	28
3.2 Fokus Penelitian .....	29
3.3 Lokasi Penelitian .....	29
3.4 Informan Penelitian .....	29
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel .....	30
3.5.1 Populasi .....	30
3.5.2 Sampel dan Teknik Penarikan Sampel .....	31
3.6 Objek dan Informan Penelitian .....	32

3.6.1	Objek penelitian .....	32
3.6.2	Informan Penelitian.....	32
3.7	Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.7.1	<i>In-Depth Interview</i> .....	33
3.7.2	<i>Participant Observation</i> .....	34
3.7.3	<i>Field Research</i> .....	34
3.8	Jenis Data .....	34
3.9	Teknik Analisis Data .....	35
3.9.1	Wawancara .....	35
3.9.2	Dokumentasi .....	36
3.9.3	Observasi .....	37
3.9.4	Triangulasi .....	37
3.10	Teknik Analisis Data Kualitatif.....	40
3.11	Analisis SWOT .....	42
3.11.1	Definisi SWOT .....	42
3.11.2	Matrik IFAS ( <i>Internal Factor Analysis Summary</i> ).....	43
3.11.3	Matrik EFAS ( <i>Eksternal Factor Analysis Summary</i> ) .....	45
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>49</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	49
4.1.1	Profil Perusahaan .....	49
4.1.2	Logo Perusahaan.....	50
4.1.3	Struktur Organisasi .....	51
4.2	Penyajian Data .....	51
4.2.1	Analisis SWOT .....	58
4.2.2	Tahap Analisis Faktor Matriks IFAS ( <i>Internal Factor Analysis Summary</i> ) dan EFAS ( <i>Eksternal Factor Analysis Summary</i> ).....	61
4.2.3	Diagram SWOT .....	66
4.2.4	Matriks SWOT.....	66
4.2.5	Matriks Internal Eksternal .....	67
4.2.6	Matriks Alternatif Strategi SWOT.....	68
4.3	Pembahasan.....	72
4.3.1	Kendala Yang Di hadapi .....	75
4.3.2	Perbandingan Hasil Penelitian pada Warung Kopi Alang Surabaya dengan Penelitian Terdahulu .....	75
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>78</b>



5.1 Kesimpulan .....	78
5.2 Saran .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>83</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Matriks SWOT .....	23
Gambar 3. 1 Triangulasi "Teknik" Pengumpulan Data .....	39
Gambar 3. 2 Triangulasi "Sumber" Pengumpulan Data .....	40
Gambar 3. 3 Diagram analisis SWOT.....	47
Gambar 4. 1 Logo Warung Kopi Alang .....	50
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Warung Kopi Alang.....	51
Gambar 4. 3 Grafik Harga Bahan Baku .....	60
Gambar 4. 4 Padatnya Persaingan Bidang Sejenis .....	61
Gambar 4. 5 Diagram Matriks SWOT Warung Kopi Alang Surabaya .....	67
Gambar 4. 6 Matriks Internal-Eksternal.....	68
Gambar 4. 7 Lokasi Strategis .....	74

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Proyeksi Konsumsi Kopi di Indonesia Tahun 2016-2020 .....	2
Tabel 1. 2 Hasil Produksi Kopi di Jawa Timur Tahun 2018-2020 .....	2
Tabel 1. 3 Hasil Rata-Rata Konsumsi Kopi Perkapita Satu Minggu di Kota Surabaya .....	3
Tabel 1. 4 Perkembangan Omzet Warung Kopi Alang Surabaya Pada Bulan Maret Hingga Agustus.....	5
Tabel 3. 1 Tabel IFAS ( <i>Internal Factor Analysis Summary</i> ).....	45
Tabel 3. 2 Tabel EFAS ( <i>Eksternal Factor Analysis Summary</i> ) .....	46
Tabel 4. 1 Jenis Kopi di Indonesia .....	59
Tabel 4. 2 Hasil Rata-Rata Kuisisioner Responden IFAS ( <i>Internal Factor Analysis Summary</i> ) .....	62
Tabel 4. 3 Hasil IFAS ( <i>Internal Factor Analysis Summary</i> ).....	62
Tabel 4. 4 Hasil Rata-Rata Kuisisioner Responden EFAS ( <i>Eksternal Factor Analysis Summary</i> ) .....	64
Tabel 4. 5 Hasil EFAS ( <i>Eksternal Factor Analysis Summary</i> ).....	64
Tabel 4. 6 Total Skor Faktor Strategi ( <i>Internal &amp; Eksternal</i> ) .....	66
Tabel 4. 7 Matriks Alternatif Strategi SWOT .....	70



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran guna meningkatkan penjualan di Warung Kopi Alang Surabaya. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dan dilakukan di Warung Kopi Alang Surabaya, dengan subjek penelitian meliputi pemilik, karyawan, dan konsumen. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT dengan menggunakan tabel EFAS (External Factors Analysis Summary) dan IFAS (Internal Factors Analysis Summary). Hasil analisis menggunakan IFAS dan EFAS menunjukkan bahwa Warung Kopi Alang Surabaya memiliki kekuatan dengan skor total 3,28 dan kelemahan dengan skor total 0,28. Sementara itu, ancaman mendapat skor total 0,69, dan peluang mendapat skor total 2,07. Dengan melihat konsekuensi garis SWOT, Warung Kopi Alang Surabaya berada pada kuadran I dengan nilai (X;Y) (2,72; 1,38), menunjukkan perlunya menggunakan perencanaan yang agresif. Strategi yang mengubah kekuatan menjadi peluang adalah salah satu strategi yang dapat diadopsi.

**Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Peningkatan Penjualan**

## **ABSTRACT**

*This research aims to analyze marketing strategies to increase sales at Warung Kopi Alang Surabaya. This research is descriptive qualitative in nature and was conducted at Warung Kopi Alang Surabaya, with research subjects including owners, employees and consumers. The data analysis method used is SWOT analysis using the EFAS (External Factors Analysis Summary) and IFAS (Internal Factors Analysis Summary) tables. The results of the analysis using IFAS and EFAS show that Warung Kopi Alang Surabaya has strengths with a total score of 3.28 and weaknesses with a total score of 0.28. Meanwhile, threats got a total score of 0.69, and opportunities got a total score of 2.07. By looking at the consequences of the SWOT line, Warung Kopi Alang Surabaya is in quadrant I with a value of (X;Y) (2.72; 1.38), indicating the need to use aggressive planning. A strategy that converts strengths into opportunities is one strategy that can be adopted.*

**Keywords : Marketing Strategy, SWOT analysis, Increased Sales**