

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN OMZET  
PENJUALAN PADA HARMONY FOOD & COFFEE  
KECAMATAN TANJUNGANOM KABUPATEN NGANJUK**

**SKRIPSI**



**OLEH :**

**FAISAL PRATANA PUTRA**

**17042010074**

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

**SURABAYA**

**2021**

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN OMZET  
PENJUALAN PADA HARMONY FOOD & COFFEE  
KECAMATAN TANJUNGANOM KABUPATEN NGANJUK**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana  
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jawa Timur**



**OLEH :**

**FAISAL PRATANA PUTRA**

**17042010074**

**KEMENTRIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA**

**2021**



LEMBAR PERSETUJUAN

STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN OMZET  
PENJUALAN PADA HARMONY FOOD & COFFE  
KECAMATAN TANJUNGANOM KABUPATEN NGANJUK

Disusun Oleh

FAISAL PRATANA PUTRA  
NPM 17042010074

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

DOSEN PEMBIMBING

Dr. Rusdi Hidayat N, M.Si  
NIP. 19611224198031007

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Dr. Drs. Ee. Gendut Sukarno, MS. CHRA  
NIP. 195807011987031001



**LEMBAR PENGESAHAN**

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN OMZET  
PENJUALAN PADA HARMONY FOOD & COFFE  
KECAMATAN TANJUNGANOM KABUPATEN NGANJUK**

**Disusun Oleh**  
**FAISAL PRATANA PUTRA**  
**NPM 17042010074**


Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Progam  
Studi Ilmu Administrasi Bismis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal :

**PEMBIMBING UTAMA**


  
**Dr. Rusdi Hidayat N, M.Si**  
**NIP. 19611224198031007**

**TIM PENGUJI**


**1. Ketua**

  
**Budi Prabowo, S.Sos, M.M**  
**NIP. 196210161988031001**

**2. Sekretaris**

  
**Dr. Nurhadi, M.Si**  
**NIP. 196902011994031001**

**3. Anggota**

  
**Dr. Rusdi Hidayat N, M.Si**  
**NIP. 19611224198031007**

Mengetahui,  
**DEKAN**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

  
**Dr. Drs. E. Gendut Sukarno, MS, CHRA**  
**NIP. 195807011987031001**

## **ABSTRAKSI**

### **FAISAL PRATANA PUTRA, 17042010074, STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA HARMONY FOOD & COFFEE KECAMATAN TANJUNGANOM KABUPATEN NGANJUK.**

Penelitian ini menyajikan analisis SWOT pada sebuah bisnis kafe dengan nama bisnis Harmony Food & Coffe yang berlokasi di Nganjuk. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk Untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran yang paling efektif dalam meningkatkan omzet penjualan pada Harmony Food & Coffee.

Pada penelitian ini digunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengambilan data penelitian dilakukan dengan observasi dan wawancara mendalam untuk mendapatkan data berkaitan tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang bertujuan agar perusahaan mengetahui kondisi dari internal dan eksternal perusahaan. Setelah analisis SWOT digunakan dan ditarik hasil dari kesimpulan kemudian dilanjutkan dengan Strategi pemasaran yang berupa bauran pemasaran 4P guna untuk menentukan strategi pemasaran manakah yang cocok untuk diterapkan sehingga dapat meningkatkan omzet penjualan.

Dari Penelitian ini berdasarkan tabel analisis IFAS dan EFAS yang dilakukan di Harmony Food & Coffe menunjukan bahwa Harmony Food & Coffe berada dalam kuadran 1 dengan menunjukan skor dari nilai internal sebesar +0,94 dan skor dari nilai eksternal sebesar +0,48. Pilihan strategis adalah SO. Pada posisi ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

**Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Matriks IFAS, Matriks EFAS, Analisis SWOT.**

## **ABSTRACTION**

### **FAISAL PRATANA PUTRA, 17042010074, MARKETING STRATEGY TO INCREASE SALES TURNOVER AT HARMONY FOOD & COFFEE TANJUNGANOM SUB-DISTRICT NGANJUK REGENCY.**

This study presents a SWOT analysis on a cafe business with the business name Harmony Food & Coffe located in Nganjuk. This study was conducted to determine and analyze the most effective marketing strategies in increasing sales turnover at Harmony Food & Coffee.

This research uses qualitative research with a case study approach. Retrieval of research data was carried out by observation and in-depth interviews to obtain data related to strengths, weaknesses, opportunities, and threats in order for the company to know the internal and external conditions of the company. After the SWOT analysis is used and the results of the conclusions are drawn, then it is followed by a marketing strategy in the form of a 4P marketing mix in order to determine which marketing strategy is suitable to be implemented so as to increase sales turnover.

From this research, based on the IFAS and EFAS analysis tables conducted at Harmony Food & Coffe, it shows that Harmony Food & Coffe is in quadrant 1 by showing the score of the internal value of +0.94 and the score of the external value of +0.48. The strategic choice is SO. In this position is a very favorable situation. The company has opportunities and strengths so that it can take advantage of existing opportunities. The strategy that must be implemented in this situation is to support aggressive growth policies.

**Keywords: Marketing Strategy ; IFAS Matrix ; EFAS Matrix ; SWOT**

**Analysis.**

## **KATA PENGANTAR**

Dengan mengucapkan puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, berkat rahmat dan hidayat – Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Harmony Food & Coffee Nganjuk”.

Sekalipun penulis harus menghadapi berbagai masalah, tetapi syukurlah laporan ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan laporan ini banyak terdapat kekurangan-kekurangan. Selesainya kegiatan hingga penyusunan laporan ini tidak lepas dari bantuan Bapak Dr. Rusdi Hidayat N, M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis. Terima kasih yang tak terhingga penulis sampaikan.

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

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 Progam Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Soial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak dan Ibu dosen Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Bapak Aji Paqsy Wisnu selaku Owner Harmony Food & Coffee Nganjuk yang telah meluangkan waktu untuk member informasi untuk penelitian ini.
5. Kakak Jeremiah Putra selaku karyawan Harmony Food & Coffee Nganjuk dan seluruh pihak yang telah membantu dalam memberikan informasi kepada penulis.
6. Kedua orang tua yang selalu member dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
7. Seluruh teman-teman penulis yang selalu member dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan laporan proposal ini. Akhirnya penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan laporan ini.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>ABSTARKSI</b> .....	xii
<b>ABSTRACTION</b> .....	xiii
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1,1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Masalah.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II</b> .....	8
<b>KAJIAN PUSTAKA</b> .....	8
2.1 Peneliti Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	10

2.2.1 Pemasaran.....	11
2.2.1.1 Definisi Pemasaran.....	11
2.2.1.2 Konsep Pemasaran.....	13
2.2.2 Perencanaan Strategi.....	16
2.2.3 Strategi Pemasaran.....	18
2.2.4 Bauran Pemasaran.....	19
2.2.5 Analisis SWOT.....	26
2.2.6 Omzet Penjualan.....	29
2.3 Kerangka Berpikir.....	32
<b>BAB III.....</b>	<b>34</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	34
3.2 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	35
3.3 Populasi dan Sampel.....	35
3.3.1 Populasi.....	35
3.3.2 Sampel.....	36
3.4 Obyek dan Informan Penelitian.....	37
3.4.1 Obyek.....	37
3.4.2 Informan Penelitian.....	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5.1 Wawancara.....	38
3.5.2 Observasi.....	39
3.6 Teknik Analisis Data.....	39

3.7 Analisis SWOT.....	40
3.7.1 Matriks IFAS.....	40
3.7.2 Matriks EFAS.....	43
3.7.3 Matriks SWOT.....	46
<b>BAB IV.....</b>	<b>49</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
4.1 Hasil.....	49
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	49
4.1.1.1 Profil Perusahaan.....	49
4.1.1.2 Logo Perusahaan.....	50
4.1.1.3 Visi dan Misi.....	50
4.1.1.4 Struktur Organisasi.....	50
4.1.2 Penyajian Data.....	50
4.1.3 Informan Penelitian.....	63
4.1.4 Analisis SWOT.....	64
4.1.5 Tahap Analisis Faktor Internal dan Eksternal Menggunakan IFAS dan EFAS.....	67
4.1.6 Tahap Menggunakan Diagram Analisis SWOT.....	70
4.1.7 Strategi Pemasaran.....	72
4.2 Pembahasan.....	77
4.2.1 Strategi Pemasaran.....	77
4.2.2 Formulasi Strategi.....	79

4.2.3 Perbandingan Hasil Penelitian Pada Harmony Food & Coffee Dengan Penelitian Terdahulu.....	81
<b>BAB V.....</b>	<b>88</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>88</b>
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran.....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>94</b>



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Omzet Penjualan.....	5
Tabel 3.1 Tabel IFAS.....	42
Tabel 3.2 Tabel EFAS.....	44
Tabel 3.3 Lembar Kerja Matriks SWOT.....	47
Tabel 4.1 Struktur Organisasi.....	51
Tabel 4.2 Matriks IFAS.....	67
Tabel 4.3 Matriks EFAS.....	68
Tabel 4.4 Rumusan Strategi Matriks SWOT.....	71
Tabel 4.5 Matriks SWOT.....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	32
Gambar 3.1 Diagram Analisis SWOT.....	45
Gambar 4.1 Tampak Luar Harmony.....	50
Gambar 4.2 Logo Harmony.....	50
Gambar 4.3 Produk Harmony.....	58
Gambar 4.4 Harga Harmony.....	59
Gambar 4.5 Tempat Harmony.....	60
Gambar 4.6 Promosi Harmony.....	60
Gambar 4.7 Diagram Analisis SWOT.....	70