

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA KAFE KARMENS'EVE
DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN**

SKRIPSI



Oleh :

EGA DHILJA DITRIYO

NPM. 20042010108

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA KAFE KARMENS'EVE DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN

Disusun Oleh:

EGA DHUJA DITRIYO

20042010108

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Meyetujui

PEMBIMBING UTAMA


Dra. Siti Ning Farida, M.si

NIP. 195406291990032000

Mengetahui

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA KAFE KARMENS'EVE DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN

Disusun Oleh:

Ega Dhija Ditrivo
NPM 20042010108

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 18 September 2024

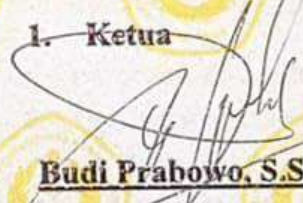
Menyetujui,


PEMPIMBING UTAMA



Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196406291990032000

TIM PENGUJI

1. Ketua


Budi Prabowo, S.Sos., M.M
NIP. 196210161988031001
2. Sekretaris


Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A
NPT. 21119771204337
3. Anggota


Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ega Dhija Ditriyo
NPM : 20042010108
Fakultas/ Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/ Administrasi Bisnis
Judul Skripsi :

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA KAFE KARMENS'EVE DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN

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 ini merupakan hasil revisi setelah diajukan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasi orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan yang dicantumkan dalam daftar Pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat penyimpanan dan ketidakpastian dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 17 September 2024

Yang mer.



Ega Dhija Ditriyo
NPM. 20042010108

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya yang begitu besar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran pada Karmens'eve Cafe dalam Meningkatkan Volume Penjualan”. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si, selaku dosen pembimbing, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam penulisan skripsi ini.

Penulis juga ingin menggunakan kesempatan ini untuk menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penyelesaian skripsi ini, antara lain :

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., M.M., M.A., selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Seluruh dosen Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Kepada Keluarga yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

5. Kepada Partner penulis yang selalu membantu, mendukung, dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
6. Seluruh teman penulis yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Terima kasih.

Surabaya, 17 September 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
ABSTRAK.....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan penelitian.....	7
1.4 Manfaat penelitian.....	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Pemasaran.....	13
2.2.2 Strategi.....	21
2.2.3 SWOT.....	23
2.2.4 Penjualan.....	30
2.2.5 Kerangka Berpikir.....	36
BAB III.....	39
METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Jenis Penelitian.....	39
3.2 Lokasi.....	40
3.3 Populasi.....	41
3.4 Sampel.....	41
3.5 Teknik Penarikan Sampel.....	42
3.6 Objek dan informan penelitian.....	43
3.6.1 Objek Penelitian.....	43

3.6.2 Informan Penelitian	43
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.7.1 <i>In Dept Interview</i>	44
3.7.2 Observasi.....	45
3.7.3 Dokumentasi	45
3.8 Teknik Analisis Data	46
3.9 Analisis SWOT.....	46
3.9.1 Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)	47
3.9.2 Matriks EFAS (External Factor Analysis Summary)	49
3.10 Matriks SWOT.....	51
BAB IV.....	53
HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	53
4.1.1 Sejarah Perusahaan	53
4.1.2 Profil Perusahaan	54
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	55
4.1.4 Logo Perusahaan	56
4.1.5 Struktur Perusahaan.....	56
4.2 Penyajian Data	59
4.2.1 Analisis Hasil Wawancara.....	60
4.2.2 Analisis SWOT.....	64
4.2.3 Analisis IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)	66
4.2.4 Diagram SWOT.....	69
4.2.5 Matriks Internal dan Eksternal	70
4.2.6 Matriks Alternatif Strategi SWOT.....	71
4.3 Pembahasan	73
4.3.1 Pembahasan dan kendala	73
4.3.2 Perbandingan hasil penelitian Kafe Karmens' eve dengan penelitian terdahulu.....	76
BAB V.....	79
PENUTUP.....	79
5.1 Kesimpulan	79

5.2	Saran	81
	DAFTAR PUSTAKA.....	81
	Lampiran Daftar Pertanyaan dan Suasana Kafe	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Volume Penjualan Makanan dan Minuman	5
Tabel 2.1 SWOT.....	28
Tabel 3. 1 Matriks IFAS	48
Tabel 3. 2 Matriks EFAS	50
Tabel 3. 3 Matriks SWOT	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Grafik Kuadran SWOT.....	24
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	37

ABSTRAK

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi manajemen bisnis pada setiap unsur bisnis . Strategi pemasaran ini yang mempengaruhi tinggi atau rendahnya volume penjualan pada suatu bisnis. Bisnis yang volume penjualannya cenderung meningkat dalam kurun waktu satu tahun yaitu Kafe Karmens' eve. Kafe Karmens' eve ini merupakan Kafe yang memberikan pelayanan yang ramah dan suasana yang tenang juga nyaman bagi pengunjungnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan volume penjualan di Kafe Karmens' eve. Penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh Kafe Karmens' eve. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kafe Karmens' eve telah berhasil mengimplementasikan strategi pemasaran yang efektif. Strategi tersebut seperti lokasi yang strategis, suasana yang nyaman, kualitas produk yang baik, menu yang bervariasi, dan pelayanan yang ramah

Keywords : Strategi pemasaran, Volume penjualan

Abstract

Marketing strategy is very important for business management in every business element. This marketing strategy affects the high or low sales volume of a business. A business whose sales volume tends to increase within one year is Karmens'eve Cafe. Karmens'eve Cafe is a cafe that provides friendly service and a calm and comfortable atmosphere for its visitors. The purpose of this study is to describe and analyze effective marketing strategies in increasing sales volume at Karmens'eve Cafe. This research uses the SWOT analysis method to evaluate the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by Karmens'eve Cafe. The results showed that Karmens'eve Cafe has successfully implemented effective marketing strategies. These strategies include strategic location, comfortable atmosphere, good product quality, varied menu, and friendly service.

Keywords: Marketing strategy, Sales volume