

**ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DENGAN PENDEKATAN
SWOT DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PASAR PADA COFFEE
SHOP DE'ALE SIDOARJO**

SKRIPSI



Oleh :

Dinda Larasati Esa Putri

NPM . 21042010002

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN
UNTUK MENGIKUTI UJIAN SKRIPSI
(PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS)

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA
SAING PASAR PADA COFFEE SHOP DE'ALE SIDOARJO

Disusun Oleh :

DINDA LARASATI ESA PUTRI

21042010002

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama



Yanda Bara Kusuma S.A.B., M.A.B.

NIP. 198910302020121007

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP.196804182021211006

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS STRATEGI Bauran Pemasaran Dengan Pendekatan SWOT
DALAM MENINGKATKAN Daya Saing Pasar Pada Coffee Shop De'ale
Sidoarjo

Disusun Oleh :

DINDA LARASATI ESA PUTRI
NPM.21042010002

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 15 Mei 2025

Pembimbing Utama


Yanda Bara Kusuma S.A.B, M.A.B
NIP.198910302020121007

Tim Penguji :

1. Ketua


Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP.196503261993092001

2. Sekretaris


Nurul Azizah, S.A.B, M.A.B
NIP.199105012024062001

3. Anggota


Yanda Bara Kusuma S.A.B, M.A.B
NIP.198910302020121007

Mengetahui,

DEKAN


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP.196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dinda Larasati Esa Putri
NPM : 21042010002
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemuan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 16 Mei 2025
Yang membuat pernyataan



Dinda Larasati Esa Putri
NPM 21042010002

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan rasa puji dan syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia – Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing Pasar pada *Coffee shop* De'Ale Sidoarjo” dengan baik meskipun terdapat kekurangan didalamnya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan tidak akan berjalan lancar tanpa adanya arahan dan bimbingan dari bapak Yanda Bara Kusuma, M.Si, M.Ab yang dengan kesabarannya dapat meluangkan waktu untuk membimbing penulis hingga skripsi ini selesai.

Pada kesempatan kali ini penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Acep Samsudin, M.A, selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Orang tua dan saudara penulis yang telah banyak memberikan dukungan, doa, serta semangat dalam menyelesaikan skripsi.

5. Rekan-rekan serta orang terdekat penulis yang telah memberikan dukungan semangat dalam pengerjaan skripsi
6. Segala pihak yang telah membantu kelancaran pengerjaan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu - persatu

Surabaya, 24 April 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.1.1 Putri, R. O. A., & Nurhadi, N. (2024).....	8
2.1.2 Viana, S. O., Febriansyah, B., & Alfian, F. Y. (2023).....	9
2.1.3 Fauzi, C. B. , Mandey, S. L., & Rotinsulu, J. J. (2022).....	10
2.1.4 Sakinah Atifah, dkk (2023).....	10
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Pemasaran.....	13
2.2.2 Strategi.....	18
2.2.3 Manajemen Strategi.....	19
2.2.4 Strategi Bersaing.....	22
2.2.5 Daya Saing.....	23
2.2.6 Analisis SWOT.....	24
2.3 Kerangka Berpikir.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	27
3.1 Metode Penelitian.....	27
3.2 Lokasi Penelitian.....	27
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	28

3.3.1 Data Primer	28
3.4 Instrumen Penelitian	29
3.5 Informan Penelitian.....	30
3.6 Teknik Analisis Data.....	31
3.6.1 Analisis SWOT	31
3.6.2 Matriks IFAS	32
3.6.3 Matriks EFAS	33
3.6.4 Matriks SWOT	35
3.7 Pengujian Kredibilitas Data.....	38
3.8 Waktu dan Tahapan Penelitian...	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Gambaran Subyek Penelitian dan Penyajian Data	40
4.1.1 Profil Perusahaan.....	40
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	41
4.1.3 Logo Perusahaan.....	42
4.1.4 Struktur Organisasi	42
4.1.5 Produk Perusahaan	44
4.2 Hasil Penelitian.....	45
4.2.1 Analisis Bauran Pemasaraan	58
4.2.2 Analisis SWOT	63
4.3 Pembahasan.....	73
4.3.1 Analisis Elemen Daya Saing.....	73
4.3.2 Formulasi Strategi	75
4.3.3 Perbandingan Dengan Peneliti Terdahulu	77
BAB V KESIMPULAN.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN WAWANCARA	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data volume konsumsi kopi tahun 2019-2023.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	26
Gambar 3. 1 Kuadran SWOT	37
Gambar 4 1 Logo Coffee Shop	42
Gambar 4 2 Struktur Organisasi.....	42
Gambar 4 3 Diagram Analisis SWOT.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jarak antara De'Ale dengan coffee shop kompetitor	5
Tabel 3. 1 Internal Strategic Factors Analysis Summary (IFAS)	33
Tabel 3. 2 External Strategic Factors Analysis Summary (EFAS).....	35
Tabel 3. 3 Matriks SWOT	36
Tabel 3. 4 Waktu dan tahapan penelitian.....	39
Tabel 4 1 Daftar Menu De'Ale.....	44
Tabel 4 2 Analisis SWOT Pada Coffee Shop De'Ale	64
Tabel 4 3 Hasil Penilaian Informan.....	66
Tabel 4 4 Matriks IFAS	66
Tabel 4 5 Hasil Penilaian Informan.....	67
Tabel 4 6 Matriks EFAS	68
Tabel 4 7 Perencanaan Kombinasi Strategi SO/WO/ST/WT.....	70
Tabel 4 8 Matriks SWOT	71
Tabel 4 9 Daftar Harga Produk De'Ale.....	60
Tabel 4.10 Perbandingan Dengan Peneliti Terdahulu.....	77

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi strategi bauran pemasaran *Coffee Shop* De'Ale untuk meningkatkan daya saingnya di industri kopi. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh De'Ale. Hasil analisis menunjukkan bahwa De'Ale berada di kuadran I dalam matriks SWOT, menunjukkan bahwa strategi pertumbuhan agresif adalah yang paling cocok untuk situasi saat ini. Oleh karena itu, De'Ale harus memperluas area kafenya, meningkatkan promosi digitalnya melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok, dan bekerja sama dengan influencer atau food blogger untuk memperluas pasar. Dengan menerapkan strategi ini, De'Ale diharapkan dapat menjadi lebih kompetitif di industri kopi yang semakin berkembang.

Kata Kunci : Bauran pemasaran, SWOT, *coffee shop*, Daya saing

ABSTRACT

The purpose of this study is to evaluate Coffee Shop De'Ale's marketing mix strategy to improve its competitiveness in the coffee industry. This research uses a qualitative descriptive approach and uses SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) analysis to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by De'Ale. The analysis results show that De'Ale is in quadrant I in the SWOT matrix, indicating that an aggressive growth strategy is the most suitable for the current situation. Therefore, De'Ale should expand its cafe area, increase its digital promotion through social media such as Instagram and TikTok, and cooperate with influencers or food bloggers to expand the market. By implementing these strategies, De'Ale is expected to become more competitive in the growing coffee industry.

Keywords: Marketing Mix, SWOT, Coffee Shop, Competitiveness