

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
OMZET PENJUALAN
KIP BEAUTY SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

ALVIANTI NOTIA PRAMESTHI
NPM. 21042010316

**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
STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
OMZET PENJUALAN
KIP BEAUTY SURABAYA

Disusun Oleh :

ALVIANTI NOTIA PRAMESTHI
NPM. 21042010316

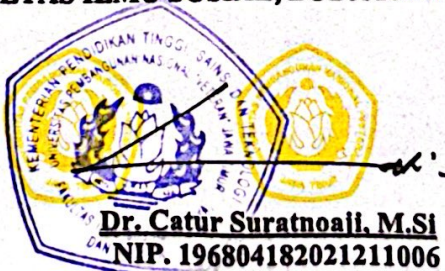
Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama


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

Mengetahui,
DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
OMZET PENJUALAN
KIP BEAUTY SURABAYA**

Disusun Oleh
ALVIANTI NOTIA PRAMESTHI
NPM. 21042010316

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

Menyetujui :

PEMBIMBING UTAMA


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

TIM PENGUJI

1. Ketua


Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB
NPT. 21219920526338

2. Sekretaris


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

3. Anggota


Sumainah Fauziah., S.AB., M.AB
NIP. 199312072022032015

Mengetahui,
DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK


Dr. Catur Suratnoali, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alvianti Notia Pramesthi
NPM : 21042010316
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* 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 ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi 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, 23 Mei 2025
Yang membuat pernyataan



Nama Alvianti Notia Pramesthi
NPM. 21042010316

ABSTRAKSI

Alvianti Notia Pramesthi, 21042010316, Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan KIP Beauty Studio Surabaya

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bauran pemasaran (Marketing Mix 7P) dalam meningkatkan omzet penjualan pada KIP Beauty Studio di Surabaya. KIP Beauty Studio merupakan usaha mikro di bidang jasa kecantikan yang mengalami pertumbuhan signifikan sejak awal berdirinya pada tahun 2018. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, penerapan strategi pemasaran yang tepat menjadi kunci keberhasilan bisnis ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi terhadap owner, karyawan, dan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan elemen bauran pemasaran seperti produk yang inovatif, harga yang kompetitif, lokasi strategis, promosi aktif melalui media sosial, pelayanan oleh staf profesional, proses pelayanan yang efisien, dan sarana fisik yang nyaman memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan omzet penjualan. Analisis SWOT juga menunjukkan bahwa KIP Beauty memiliki kekuatan internal yang mendukung dan peluang eksternal yang dapat dimaksimalkan, meskipun masih terdapat kelemahan serta ancaman yang perlu diantisipasi. Dengan strategi yang adaptif dan berkelanjutan, KIP Beauty Studio berpotensi memperkuat posisinya di industri kecantikan lokal. Hasil penelitian di KIP Beauty Studio menunjukkan bahwa strategi pemasaran dapat dirancang secara lebih terarah dengan menggunakan analisis SWOT berbasis kuantitatif melalui tabel IFAS dan EFAS. Berdasarkan analisis tersebut, diperoleh skor kekuatan sebesar 2,4, kelemahan 0,9, peluang 2,25, dan ancaman 0,95. Dengan selisih faktor internal sebesar 1,5 dan selisih faktor eksternal 1,3, KIP Beauty Studio berada pada kuadran I dalam diagram SWOT. Posisi ini menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam kondisi yang sangat baik untuk menerapkan strategi agresif, yaitu dengan mengoptimalkan kekuatan internal guna meraih peluang eksternal secara maksimal.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran 7P, SWOT, KIP Beauty Studio

ABSTRACT

Alvianti Notia Pramesthi, 21042010316, *Marketing Mix Strategy to Increase Revenue at KIP Beauty Studio Surabaya*

This study aims to analyze the marketing mix strategy (7Ps) in increasing sales turnover at KIP Beauty Studio in Surabaya. KIP Beauty Studio is a micro-enterprise in the beauty service sector that has experienced significant growth since its establishment in 2018. In the face of increasingly intense competition, the application of the right marketing strategy is the key to the business's success. This research uses a descriptive qualitative approach with methods including observation, in-depth interviews, and document studies involving the owner, employees, and customers. The results show that the application of marketing mix elements—such as innovative products, competitive pricing, strategic location, active promotion through social media, professional staff services, efficient service processes, and comfortable physical facilities—has positively contributed to the increase revenue. The SWOT analysis also indicates that KIP Beauty has strong internal strengths and external opportunities to leverage, although there are still some weaknesses and threats to be addressed. With adaptive and sustainable strategies, KIP Beauty Studio has the potential to strengthen its position in the local beauty industry. The findings at KIP Beauty Studio also reveal that marketing strategies can be more systematically designed using a quantitative SWOT analysis through IFAS and EFAS tables. Based on this analysis, the scores obtained were: strengths = 2.4, weaknesses = 0.9, opportunities = 2.25, and threats = 0.95. With an internal factor difference of 1.5 and an external factor difference of 1.3, KIP Beauty Studio is positioned in Quadrant I of the SWOT diagram. This indicates that the company is in a very favorable position to implement an aggressive strategy by maximizing internal strengths to capture external opportunities.

Keyword : Marketing Strategy, Marketing Mix 7P, SWOT, KIP Beauty Studio

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Kip Beauty Studio Surabaya.”

Tidak dapat dipungkiri berbagai tantangan dan kesulitan turut menyertai peneliti dalam menyusun Skripsi ini, namun peneliti sangat bersyukur Skripsi dapat terselesaikan pada waktunya yang tak terlepas juga karena terdapat andil dari berbagai pihak dalam membantu dan memberi dukungan kepada peneliti.

Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku Dosen Pembimbing, dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, nasihat, masukan, serta motivasi kepada peneliti selama penyusunan Skripsi ini. Peneliti juga ingin menyampaikan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada Yth. :

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 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. 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 peneliti.

4. Kakak Ita Fitria selaku owner KIP Beauty Studio Surabaya yang telah memberikan kesempatan dan dukungannya serta seluruh karyawan yang selalu memberi support dan semangat kepada peneliti.
5. Bapak dan keluarga yang selalu memberi dukungan secara materil maupun non materil dan juga Ibu disana yang selalu menyertai, memperhatikan, dan menginspirasi peneliti.
6. Seluruh sahabat dan teman peneliti, rekan-rekan jurusan yang selalu memberi dukungan dan saling tukar pikiran satu sama lain.

Peneliti menyadari bahwa dalam Skripsi ini masih terdapat beberapa kekurangan. Oleh karena itu peneliti berharap adanya kritik, saran, dan masukan yang sifatnya membangun demi kebaikan dan penyempurnaan Skripsi ini. Dan semoga Skripsi ini dapat memberi manfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 31 Desember 2024

Alvianti Notia Pramesthi

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAKSI	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Strategi	15
2.2.2 Manajemen Strategi	15
2.2.3 Bisnis.....	215
2.2.4 Strategi Bisnis	23
2.2.5 Pemasaran	15
2.2.6 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	36
2.2.7 SWOT	38
2.2.8 Omzet Penjualan	44
2.2.9 Hubungan Omzet Penjualan dengan Keberhasilan Bisnis	46
2.2.10 Strategi Meningkatkan Omzet Penjualan.....	46
2.3 Kerangka Berfikir.....	48
BAB III METODE PENELITIAN.....	49
3.1 Jenis Penelitian.....	49

3.2	Lokasi Penelitian.....	49
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	50
3.4	Subjek dan Informan Penelitian	50
3.4.1	Subjek Penelitian.....	51
3.4.2	Informan Penelitian.....	51
3.5	Teknik Pengumpulan Data	51
3.5.1	Observasi.....	52
3.5.2	Wawancara	52
3.5.3	Wawancara Mendalam (<i>In-Depth Interview</i>).....	52
3.5.4	Studi Dokumentasi	53
3.6	Penguji Keabsahan Data	53
3.7	Teknik Analisis Data	54
3.8	Analisis SWOT	54
3.8.1	Matriks IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>).....	55
3.8.2	EFAS (<i>External Factor Analysis Summary</i>)	55
3.8.3	Matrix SWOT	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		57
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	17
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	17
4.1.2	Logo Perusahaan	17
4.1.3	Profil Perusahaan	17
4.1.4	Visi dan Misi	17
4.1.5	Struktur Organisasi.....	63
4.1.6	Job Description	65
4.2	Hasil	68
4.2.1	Penyajian Data	68
4.2.2	Identitas Informan	70
4.2.3	Analisis SWOT	83
4.2.4	Bauran Pemasaran.....	90
4.2.5	Strategi Pemasaran	102
4.3	Pembahasan.....	107

4.3.1	Analisis Bauran Pemasaran (7P).....	17
4.3.2	Evaluasi Strategi Pemasaran	17
4.3.3	Analisis SWOT	17
4.4	Perbandingan Hasil Penelitian Pada KIP Beauty Studio Dengan Penelitian Terdahulu.....	17
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		17
5.1	Kesimpulan	18
5.2	Saran.....	18
DAFTAR PUSTAKA		128
LAMPIRAN.....		19

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT	41
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir	48
Gambar 4.1 Logo KIP Beauty	68
Gambar 4.2 Struktur Organisasi KIP Beauty	70
Gambar 4.3 Diagram Analisis SWOT	102

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Bisnis Kecantikan di Indonesia.....	2
Tabel 3.1 Matriks IFAS.....	61
Tabel 3.2 Matriks EFAS.....	62
Tabel 3.3 Matriks SWOT	64
Tabel 4.1 Data Informan	84
Tabel 4.2 Hasil Analisis IFAS.....	89
Tabel 4.3 Hasil Analisis EFAS.....	90
Tabel 4.4 Rumusan Strategi Matriks IFAS/EFAS	104
Tabel 4.5 Perbandingan Penelitian Terdahulu.....	117