

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN PADA CAFE WONG PAITON,
DESA SAPIKEREK, KABUPATEN PROBOLINGGO**

SKRIPSI



Oleh :

Kevin Ramadhany Sukmana

21042010276

**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

**Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada
Cafe Wong Paiton**

Disusun Oleh :

Kevin Ramadhany Sukmana
NPM. 21042010276

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama

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

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya Dan Politik

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada
Cafe Wong Paiton**

Disusun Oleh:

Kevin Ramadhany Sukmana
NPM. 21042010276

**Telah Dipertahankan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 23 Juni 2025**

Menyetujui:

PEMBIMBING UTAMA

TIM PENGUJI

1. Ketua


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


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


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


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

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kevin Ramadhany Sukmana
NPM : 21042010276
Program : Sarjana (S1)/ Magister (S2) / Doktor (S3)
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, 15 Juni 2025
Yang membuat pernyataan



Nama Kevin Ramadhany Sukmana
NPM. 21042010276

*pilih salah satu (lingkari)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah Yang Maha Esa atas berkah, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan hasil penelitian skripsi yang berjudul "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Cafe Wong Paiton, Desa Sapikerep, Kabupaten Probolinggo" dengan baik dan lancar.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan hasil penelitian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak.

Peneliti ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang mendalam kepada Bapak Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB, yang dengan sabar dan dedikasi tinggi telah membimbing peneliti. Keteladan dan masukan beliau sangat berarti dalam membentuk arah penelitian serta membantu peneliti mengatasi berbagai tantangan selama proses penyusunan hasil penelitian ini.

Peneliti ingin berterimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.A selaku Koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB selaku dosen pembimbing.
Penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas bimbingan, arahan, serta kesabaran yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Penulis sangat berterimakasih atas waktu, ilmu, dan dukungan yang telah diberikan, yang menjadi bekal berharga dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
5. Keluarga penulis, Mama, Ayah, Mbak Amel, Adek Farrel. Ucapan terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada keluarga tercinta, khususnya kedua orang tua penulis, yang selalu memberikan dukungan, doa, dan kasih sayang tanpa batas dalam setiap langkah yang peneliti tempuh.
6. MSIB-PT Ne Arek arek dewe, yang beranggotakan Laskar, David, Favian Denny, Sven, Charles, Daivan, Adji dan Mikio. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan kerja sama yang luar biasa selama kebersamai penulis. Penulis merasa sangat beruntung menjadi bagian dari kalian.
7. OTW S.AB, yang beranggotakan Daivan, Aufa, dan Adji. Terimakasih sudah menemani penulis, selalu bersedia mendengarkan keluh kesah yang penulis alami selama di masa perkuliahan, tanpa kalian penulis

diperkuliahan hanyalah seorang mahasiswa kupu kupu (kuliah pulang-kuliah pulang).

8. Peneliti juga menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, namun telah memberikan berbagai bentuk dukungan, baik secara moril maupun materiil, selama proses penyusunan penelitian ini. Segala bantuan, doa, motivasi, serta kebaikan yang telah diberikan sangat berarti dan menjadi dorongan yang luar biasa bagi peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga segala bantuan dan kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan untuk penyempurnaan di masa mendatang. Akhir kata, semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi kontribusi bagi dunia akademik serta praktisi pemasaran.

Surabaya, Juli 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
1.4.1 Kegunaan Teoritis	11
1.4.2 Kegunaan Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori	20
2.2.1 Strategi	20
2.2.1.1 Pengertian Strategi	20
2.2.2 Pemasaran	22
2.2.2.1 Pengertian Pemasaran	22
2.2.2.2 Definisi Strategi Pemasaran	23
2.2.2.3 Fungsi dan Tujuan Strategi Pemasaran	24
2.2.2.4 Bauran Pemasaran.....	26
2.2.3 Volume Penjualan.....	34
2.2.3.1 Definisi Volume Penjualan.....	34
2.2.3.2 Indikator Volume Penjualan	35
2.2.3.3 Meningkatkan Volume Penjualan	36
2.2.4 Analisis SWOT	37
2.2.4.1 Definisi Analisis SWOT	37

2.2.4.2 Tujuan Analisis SWOT	40
2.2.4.3 Matriks SWOT	42
2.3 Kerangka Berpikir	44
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Jenis Penelitian	46
3.2 Fokus Penelitian	47
3.3 Lokasi Penelitian	48
3.4 Informan Penelitian	48
3.5 Pendekatan Penelitian.....	50
3.6 Batasan Konsep Penelitian	50
3.7 Subjek dan Objek Penelitian	50
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.8.1 In depth interview	52
3.8.2 Participant Observation.....	52
3.8.3 Field Research.....	53
3.9 Jenis Data	53
3.10 Teknik Analisis Data.....	54
3.10.1 Wawancara	54
3.10.2 Observasi.....	55
3.10.3 Dokumentasi	56
3.10.4 Triangulasi.....	56
3.10.4.1 Triangulasi Teknik.....	56
3.10.4.2 Triangulasi Sumber	57
3.10.4.3 Triangulasi Waktu	57
3.11 Teknik Analisis Data Kualitatif	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	60
4.1.1 Profil Perusahaan	60
4.1.2 Logo Perusahaan	62
4.1.3 Struktur Organisasi	63
4.2 Hasil Dan Pembahasan	64

4.2.1 Penyajian Data	64
4.2.2 Analisis SWOT	68
4.2.3 Tahap Analisis Faktor IFAS (Internal Factor Analysis Summary) Dan EFAS (External Factor Analysis Summary)	70
4.2.3.1 Faktor Matrik IFAS (Internal Factor Analysis Summary)	70
4.2.3.2 Faktor Matrik EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)	73
4.2.4 Diagram SWOT	76
4.2.5 Matriks SWOT	77
4.2.6 Matriks Internal Eksternal.....	78
4.2.7 Matriks Alternatif Analisis SWOT.....	80
4.3 Pembahasan	83
4.3.1 Kendala Yang Dihadapi.....	87
4.3.2 Perbandingan Hasil Penelitian Cafe Wong Paiton Dengan Penelitian Terdahulu	88
BAB V PENUTUP.....	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN.....	95
Lampiran 1	95
Lampiran 2	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Diagram Analisis SWOT.....	38
Gambar 2. 2 Matriks SWOT	43
Gambar 2. 3 Kerangka Berpikir	47
Gambar 3. 1 Triangulasi "Teknik" Pengumpulan Data	57
Gambar 4. 1 Logo Cafe Wong Paiton	62
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Cafe Wong Paiton.....	63
Gambar 4. 3 Padatnya Persaingan Bidang Sejenis	70
Gambar 4. 4 Matriks SWOT	77
Gambar 4. 5 Matriks Internal Eksternal.....	79
Gambar 4. 6 Lokasi Strategis	85
Gambar 4. 7 Grafik Persentase Pendapatan Cafe Wong Paiton.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Estimasi Produksi dan Konsumsi Kopi di Indonesia	3
Tabel 1. 2 Rata-rata Konsumsi Kopi Per-Satu Minggu di Kabupaten Probolinggo.....	4
Tabel 1. 3 Pendapatan Omzet Cafe Wong Paiton Probolinggo	5
Tabel 4. 1 Hasil Rata-Rata Kuisioner Responden IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>)	71
Tabel 4. 2 Hasil IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>)	72
Tabel 4. 3 Hasil Rata-Rata Kuisioner Responden EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>).....	74
Tabel 4. 4 Hasil EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>).....	75
Tabel 4. 5 Diagram SWOT.....	76
Tabel 4. 6 Matriks Alternatif Analisis SWOT	80
Tabel 4. 7 Perbandingan Hasil Penelitian Cafe Wong Paiton Dengan Penelitian Terdahulu.....	88

LAMPIRAN

Lampiran 1. Wawancara Penelitian.....	95
Lampiran 2. Hasil Wawancara	101

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Cafe Wong Paiton, sebuah usaha kuliner yang terletak di kawasan wisata Bromo, tepatnya di Desa Sapikerep, Kabupaten Probolinggo. Dalam tiga tahun terakhir, Cafe Wong Paiton mengalami penurunan omzet secara signifikan, yang diduga disebabkan oleh belum optimalnya strategi pemasaran yang digunakan. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada evaluasi strategi pemasaran dalam rangka meningkatkan volume penjualan dan menjaga keberlanjutan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja pemasaran Cafe Wong Paiton. Fokus utama analisis berada pada bauran pemasaran 4P, yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Dari hasil analisis, ditemukan bahwa meskipun Cafe Wong Paiton memiliki keunggulan dalam konsep tempat dan kualitas produk, namun masih terdapat kelemahan dalam hal promosi dan pemanfaatan teknologi digital.

Berdasarkan temuan tersebut, strategi yang direkomendasikan adalah strategi agresif (SO), yaitu memanfaatkan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal seperti tren konsumsi kopi dan potensi pasar wisatawan. Dengan penerapan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan inovatif, Cafe

Wong Paiton diharapkan mampu meningkatkan volume penjualan secara signifikan serta mempertahankan eksistensinya sebagai pelaku usaha kuliner di daerah wisata. Penelitian ini juga memberikan kontribusi praktis bagi pelaku UMKM lain yang menghadapi tantangan serupa.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Volume Penjualan, Analisis SWOT, 4P.

ABSTRACT

This study was conducted to analyze the marketing strategy implemented by Cafe Wong Paiton, a culinary business located in the Bromo tourist area, precisely in Sapikerep Village, Probolinggo Regency. In the last three years, Cafe Wong Paiton has experienced a significant decline in turnover, which is thought to be caused by the suboptimal marketing strategy used. Therefore, this study focuses on evaluating marketing strategies in order to increase sales volume and maintain business sustainability amidst increasingly tight competition.

The research method used is a descriptive qualitative approach with data collection techniques through in-depth interviews, observation, and documentation. Data analysis was carried out using SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) analysis to identify internal and external factors that affect Cafe Wong Paiton's marketing performance. The main focus of the analysis is on the 4P marketing mix, namely product, price, place, and promotion. From the results of the analysis, it was found that although Cafe Wong Paiton has advantages in the concept of place and product quality, there are still weaknesses in terms of promotion and utilization of digital technology. Based on these findings, the recommended strategy is an aggressive strategy (SO), which is utilizing internal strengths to capture external opportunities such as coffee consumption trends and tourist market potential.

By implementing a more targeted and innovative marketing strategy, Cafe Wong Paiton is expected to be able to significantly increase sales volume and

maintain its existence as a culinary business actor in tourist areas. This study also provides practical contributions for other MSMEs facing similar challenges.

Keywords: Marketing Strategy, Sales Volume, SWOT Analysis, 4P.