

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KOPI DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI PT. UTOKOPIA COFFEE**

SURABAYA

SKRIPSI



OLEH:

ASNANDA FAIRUZ TSURAYA

20042010199

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

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Analisis Strategi Pemasaran Kopi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di PT. Utokopia Coffee Surabaya

Nama Mahasiswa : Asnanda Fairuz Tsuraya

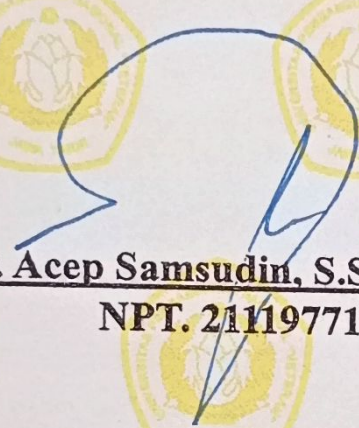
NPM : 20042010199

Program Studi : Administrasi Bisnis

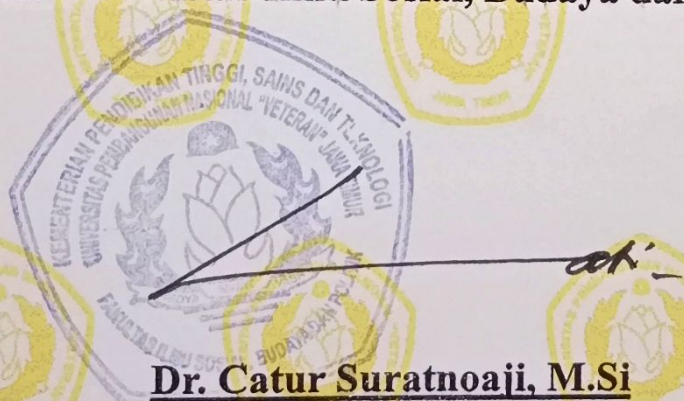
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Lisan

Menyetujui,
Pembimbing Utama


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

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KOPI DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI PT. UTOKOPIA COFFEE
SURABAYA**

Disusun Oleh:

ASNANDA FAIRUZ TSURAYA
NPM 20042010199

Telah Dipertahanakan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi

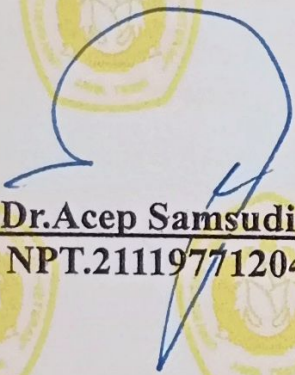
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada Tanggal 05 Agustus 2025

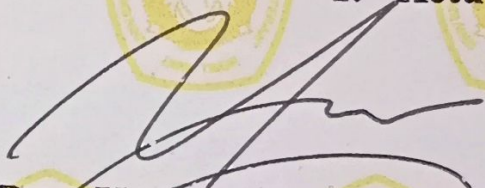
Menyetujui

PEMBIMBING

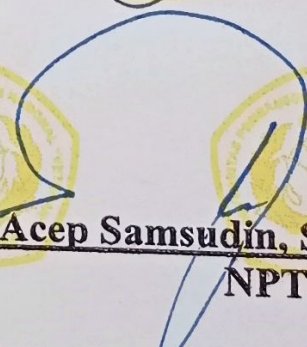

Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A
NPT.21119771204337

TIM PENGUJI

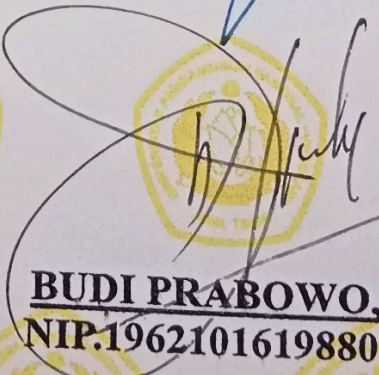
1. Ketua


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

2. Sekretaris


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

3. ANGGOTA


BUDI PRABOWO, S.Sos., MM., M.A
NIP.196210161988031001

LEMBAR PENGESAHAN
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KOPI DALAM MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN DI PT. UTOKOPIA COFFEE SURABAYA

Disusun Oleh:
ASNANDA FAIRUZ TSURAYA

NPM 20042010199

Telah Dipertahanakan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 05 Agustus 2025

Menyetujui

PEMBIMBING

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

TIM PENGUJI

1. Ketua

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

2. Sekretaris

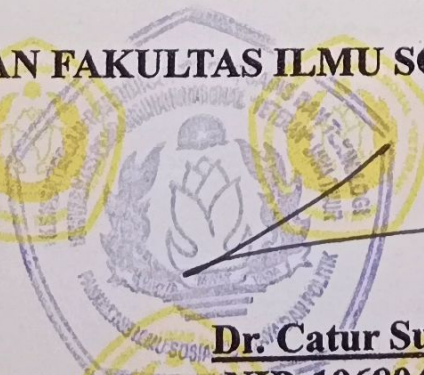
Dr.Acep Samsudin, S.Sos.,M.M.,M.A
NPT.21119771204337

3. Anggota

BUDI PRABOWO, S.Sos.,MM
NIP. 196210161988031001

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 : ASNANDA FAIRUZ TSURAYA
NPM : .20042010199
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, 06 AGUSTUS 2025

Yang membuat pernyataan



Nama ASNANDA FAIRUZ TSURAYA
NPM. 20042010199

KATA PENGANTAR

Dengan rasa ungkapan Syukur kepada Allah yang maha kuasa yang senantiasa memberikan rasa Rahman-Rahim-Nya, memberikan karunia dan hidayah-Nya kepada peneliti sehingga dapat menuntaskan proposal skripsi yang berjudul **“Analisis Strategi Pemasaran Kopi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di PT. Utokopia Coffee Surabaya”**.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak terlepas dari berbagai hambatan dan ketidak sempurnaan, sehingga besar harapan agar pembaca senantiasa selalu mawas diri, serta peneliti terbuka untuk diberikan kritikan dan saran supaya lebih baik kedepannya. Terlebih peroposal penelitian ini dapat memberikan bermanfaat bagi yang memahami dan membacanya.

Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang paling hormat, kepada:

1. Dosen pembimbing penulis yakni Dr.Acep Samsudin S.Sos., M.A.M.M yang selalu membimbing dan mendidik dengan penuh ikhlas, semangat dan mendoakan
2. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada kepala fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
3. Dr.Acep Samsudin S.Sos.,M.A.M.M Ketua Program Studi Administrasi Bisnis.
4. Ibu dosen wali penulisa yakni Nurul Azizah, S.AB.,M.AB selalu membimbing, mengarahkan serta memberikan solusi dalam segala macam persoalan terkait perkuliahan selama ini.

5. Ucapan terimakasih yang paling spesial adalah salam hormat dan dari dalam lubukhati peneliti yaitu keluarga besar peneliti terkhusus my mother yang mendoakan disetiap nafas dan kedipan matanya, mendukung dengan penuh maksimal, serta ucapan itu untuk 3 orang terspesial peneliti (orang-orang yang mengajarkan ilmu kepada saya, diri saya pribadi dan personal person kanjengku)

Surabaya, 06 Oktober 2024



Penulis

DAFTAR ISI

LEM BAR PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
ABSTRAK	xi
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 Strategi	16
2.2.2 Pemasaran	18
2.2.3. Strategi Pemasaran.....	19
2.3 Kerangka Berpikir	23
2.3.1.1 Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)	28
2.3.1 Matriks IFAS (Internal Factors Analysis Summary)	28
2.3.2 Matriks EFAS (Eksternal Factors Analysis Summary)	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian.....	32

3.2 Fokus Penelitian.....	32
3.3 Objek dan Informan Penelitian.....	32
3.3.1 Objek Penelitian.....	32
3.3.2 Information Penelitian	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data	38
3.4.1 In- Depth Interview.....	38
3.4.2 Observasi.....	38
3.4.3 Dokumentasi	39
3.5 Jenis dan Sumber Data	39
3.5.1 Jenis Data	39
3.5.2 Sumber Data.....	39
3.6 Teknik Analisis Data	40
3.6.1 Wawancara.....	40
3.6.2 Dokumentasi	41
3.6.3 Observasi.....	41
3.7 Triangulate	41
3.7.1 Triangulate Teknik.....	42
3.7.2 Triangulate Sumber.....	42
3.7.3 Triangulate Waktu	44
3.8 Triangulate Analisis Data Kualitatif.....	45
3.9 Reduksi Data	45
3.10 Penyajian Data	45
3.11 Kesimpulan Atau Verifikasi	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Gambaran Objek Penelitian	48
4.1.1 Profil Utokopia Coffee Dharmawangsa.....	48
4.1.2 Letak Geografis Utokopia Coffee	49
4.1.3 Visi dan Misi Utokopia Coffee	50

4.1.4 Logo Perusahaan	50
4.1.5 Struktur Organisasi	52
4.1.6 Profil Narasumber	53
4.1.7 Menu Makanan dan Minuman Utokopia Coffee	55
4.2 Penyajian Data dan Analisis	58
4.2.1 Hasil Wawancara Pada Utokopia Coffee	58
4.2.2 Kanvas Strategi Utokopia Coffee	60
4.2.3 Analisis SWOT	64
4.3 Pembahasan	65
4.3.1 Marketing Performance Utokopia Coffee	66
BAB V PENUTUP KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	75
DOKUMENTASI	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Proyeksi Pertumbuhan Konsumsi Kopi Nasional.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 2.2 Matriks IFAS (Internal Factors Analysis Summary)	28
Tabel 2.3 Matriks EFAS (Eksternal Factors Analysis Summary)	30
Tabel 3.1 Wilayah Kebun PT Utokopia Coffee Surabaya.....	37
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian	46
Tabel 4.1 Analisis SWOT PT. Utokopia Coffee Dharmawangsa Surabaya	65
Tabel 4.2 Kinerja Utokopia Coffee (2024).....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 PDB Industri Pengolahan Nonmigas Indonesia (2022) 3

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Sumber: (Penulis, 2024).....25

Gambar 3.1 Lokasi Utopia Coffe.....36

Gambar 3.2 TriangulateTeknik (Sumber : Sugiyono, 2018)..... 42

Gambar 4.1 Letak Geografis Utokopia Coffee 50

Gambar 4.2 Logo Utokopia Coffee (2024) 52

gambar 4.3 Struktur Organisasi..... 52

Gambar 4.4 Meu Makanan dan Minuman Utokopia Coffee..... 55

Gambar 4.5 Sosial Digital Marketing 61

Gambar 4.6 Grafik Tren Penjualan Utokopia Coffee Tahun 2020–2024 62

Gambar 4.7 Tren Penjualan dan Rating Utokopia Coffee (Januari–Mei 2025).... 63

gambar 4.8 Tren Penjualan Tahunan Utokopia Coffee (2020–2024)..... 63

Gambar 3.3 *Triangulate* Sumber (Sumber: Sugiyono, 2018) 44

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Utokopia Coffee Surabaya dalam meningkatkan volume penjualan di tengah persaingan bisnis kopi yang semakin ketat. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang meliputi wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Utokopia Coffee memiliki kekuatan dalam kualitas produk dan lokasi strategis, namun juga menghadapi kelemahan dalam hal promosi dan kapasitas tempat duduk. Peluang untuk pertumbuhan ada dalam tren konsumsi kopi yang meningkat, sementara ancaman datang dari persaingan yang ketat. Dengan menerapkan analisis SWOT, penelitian ini merekomendasikan peningkatan fasilitas, inovasi menu, dan strategi pemasaran yang lebih interaktif untuk meningkatkan daya saing dan volume penjualan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Volume Penjualan, Utokopia Coffee, Analisis SWOT, Kafe, Surabaya.

ABSTRACT

This study aims to analyze the marketing strategies implemented by PT. Utokopia Coffee Surabaya in increasing sales volume amid the increasingly competitive coffee business. The research method used is qualitative with a descriptive approach, which includes in-depth interviews, observations, and document analysis. The results show that Utokopia Coffee has strengths in product quality and strategic location, but also faces weaknesses in promotion and seating capacity. Opportunities for growth exist in the increasing coffee consumption trend, while threats come from intense competition. By applying SWOT analysis, this study recommends improving facilities, innovating the menu, and adopting more interactive marketing strategies to enhance competitiveness and sales volume.

Keywords: Marketing Strategy, Sales Volume, Utokopia Coffee, SWOT Analysis, Cafe, Surabaya.