

SKRIPSI
STUDI DESKRIPTIF PENYUSUNAN STRATEGI PEMASARAN COFFEE
SHOP SAMATA HOUSE SURABAYA



DISUSUN OLEH :
JANESA ARRUMASARI ILLIYIN
320200405

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA
2021

SKRIPSI
STUDI DESKRIPTIF PENYUSUNAN STRATEGI PEMASARAN COFFEE
SHOP SAMATA HOUSE SURABAYA



DISUSUN OLEH :
JANESA ARRUMASARI ILLIYIN
320200405

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA
2021

HALAMAN PENGESAHAN
STUDI DESKRIPTIF PENYUSUNAN STRATEGI PEMASARAN COFFEE
SHOP SAMATA HOUSE SURABAYA



DISUSUN OLEH :
JANESA ARRUMASARI ILLIYIN
320200405

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I

Drs. Prihatno, M.M
NIDN. 0526125901

Pembimbing II

Dra. Nuharani E.K, M.Pd
NIDN.0530046603

Mengetahui
Ketua Program Studi Pengelolaan Perhotelan

Hermawan Prasetyanto, S.Sos., S.ST., M.M
NIDN. 0516057102

BERITA ACARA UJIAN

STUDI DESKRIPTIF PENYUSUNAN STRATEGI PEMASARAN COFFEE
SHOP SAMATA HOUSE SURABAYA



Telah dipertahankan di depan tim penguji dan dinyatakan lulus

Pada tanggal : 30 Desember 2021

TIM PENGUJI

Penguji Utama : Dra. Heni Susilawati, M.M
NIDN. 0505026202

.....

Penguji I : Drs. Prihatno, M.M
NIDN. 0526125901

.....

Penguji II : Dra. Nuharani E.K, M.Pd
NIDN.0530046603

.....

Mengetahui
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta



PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Janesa Arrumasari Illiyin

NIM : 320200405

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul "Studi Deskriptif Penyusunan Strategi Pemasaran Coffee Shop Samata House Surabaya" adalah benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang telah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan institusi manapun, dan bukan karya jiplakan.

Demikian karya ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 31 Desember 2021




Janesa Arrumasari Illiyin

MOTTO

“Skripsi tanpa eksekusi hanyalah halusinasi”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat, ridho dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Rasa bangga dan bahagia penulis curahkan dan persembahkan skripsi ini kepada :

1. Diri saya sendiri, yang sangat luar biasa untuk mengerjakan skripsi ini bersamaan dengan bekerja fulltime
2. Kedua orang tua, adik-adik saya yang menjadi support system dalam penyelesaian skripsi ini
3. Sahabat-sahabat saya yang sangat luar biasa mendukung saya untuk menyemangati dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini
4. Untuk teman-teman kelas Studi Lanjut Pengelolaan Perhotelan yang selalu memotivasi saya untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini
5. Untuk rekan kerja kantor saya, yang sudah memberikan dukungan dan mengizinkan saya mengerjakan skripsi di sela-sela waktu bekerja agar bisa melakukan bimbingan secara maksimal
6. Dan nantinya untuk pembaca skripsi saya, semoga bisa sedikit membantu beberapa informasi yang dibutuhkan dan semoga bisa termotivasi saat membaca

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana “Kepariwisata” pada Program Studi “Pengelolaan Perhotelan” di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Fokus kajian skripsi ini adalah menjelaskan masalah Penyusunan Strategi Pemasaran *Coffee Shop* Samata House Surabaya. Hasil ini menunjukkan bahwa penyusunan strategi pemasaran yang ada di *coffee shop* Samata House berdasarkan dengan analisis SWOT dengan pertimbangan analisis lingkungan usaha.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang turut berperan atas terwujudnya skripsi ini.

Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Drs. Prihatno, M.M selaku pembimbing I yang telah dengan sabar dan bijaksana dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Nuharani E.K, M.Pd selaku pembimbing II yang telah dengan sabar dan bijaksana dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.

3. Ibu Dra. Heni Susilawati, M.M selaku penguji utama yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menjelaskan isi skripsi secara keseluruhan.

4. Bapak Hermawan Prasetyanto, S.Sos.,S.ST., M.M selaku Ketua Program Studi Pengelolaan Perhotelan Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang memberikan saya kesempatan untuk dapat menuntut ilmu terapan di STP AMPTA

5. Bapak Nigel Angga selaku Pemilik Coffee Shop Samata House Surabaya, yang telah mengizinkan saya untuk bisa melakukan penelitian guna menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Semoga bantuan Bapak dan Ibu dicatatat sebagai amal ibadah oleh Tuhan Yang Maha Kuasa.

Akhir kata, penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak. Tidak lupa penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun dapat disampaikan pembaca guna penyempurnaan penelitian berikutnya. Kritik saran dapat disampaikan ke **janesaaa15@gmail.com**

Yogyakarta, 31 Desember 2021

Janesa Arrumasari Illiyin

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAKSI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A.Latar Belakang.....	1
B. Fokus Masalah	3
C.Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Teorisasi.....	5
1. Teori Strategi Pemasaran	5
2. Teori Bauran Pemasaran	8
3. Teori Triangle Marketing.....	20

4. Teori Analisis SWOT	27
5. Teori Lingkungan Usaha.....	30
6. Teori Coffee Shop/Cafe	31
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Pemikiran.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Metode dan Desain Penelitian	40
B. Lokasi dan Waktu	41
C. Teknik Cuplikan.....	41
D. Sumber Data	42
E. Metode Pengumpulan Data	43
F. Uji Keabsahan Data.....	45
G. Metode Analisis Data.....	50
H. Alur Penelitian	53
I. Jadwal Penelitian.....	55
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum.....	56
B. Hasil dan Pembahasan	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	80
B. Saran.....	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Matriks SWOT.....	29
Tabel 4.1 Daftar Coffee Shop di Sekitar Samata House.....	66
Tabel 4.2 Tabel Matriks SWOT Coffee Shop Samata House.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 4.1 Lokasi Coffee Shop Samata House.....	57
Gambar 4.2 Salah Satu Fasilitas Utama Coffee Shop.....	58
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Coffee Shop Samata House.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian

Lampiran 2 Pedoman Wawancara

Lampiran 3 Dokumentasi Samata House

ABSTRAKSI

Di era globalisasi ini para pemasar dituntut untuk menjadi semakin kreatif dan inovatif dalam membangun sebuah usaha agar bisa bersaing dengan para kompetitor baru. Salah satu usaha yang banyak diminati saat ini adalah pada bidang retail khususnya pada sektor *coffee shop*. Bisnis yang dibangun tentu saja akan terjadi persaingan bisnis yang kompetitif. Oleh karena itu, setiap usaha harus memiliki strategi pemasaran tersendiri agar dapat tetap menarik minat konsumen untuk mengkonsumsi produk yang ditawarkan. Tujuan disusunnya strategi pemasaran yaitu untuk memaksimalkan keuntungan, memperluas dan memenangkan pasar, serta mengunggulkan produk dengan usaha yang sejenis dan memberikan wadah untuk para seniman dapat memamerkan karyanya, khususnya di kota Surabaya.

Penelitian yang dilakukan adalah dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik *purposive sampling*, karena metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara melakukan observasi, wawancara dan mengumpulkan dokumen dari narasumber selaku tim operasional dan tim digital marketing. Langkah-langkah untuk melakukan penelitian ini yaitu dengan tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap pelaporan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang sudah diterapkan di *Coffee Shop Samata House* sebelumnya belum berjalan secara maksimal dikarenakan kurangnya kesadaran sumber daya manusia yang bekerja, sehingga perlu dilakukan penyusunan ulang strategi pemasaran sesuai dengan kondisi di lapangan saat ini agar tujuan tercapai. Penyusunan strategi pemasaran ini dilakukan berdasarkan dengan analisis lingkungan usaha secara internal dan eksternal. Salah satu penyusunan strategi pemasaran yang sudah mulai diterapkan adalah melakukan *upgrade recipe*, melakukan promosi penggunaan *membercard*, mengadakan promo untuk menu *slow moving* dengan melibatkan *e-commerce*, melakukan penyetokan bahan baku pada menu *fast moving* dan memberikan stiker pada konsumen *coffee shop* untuk meminimalisir *brand awareness*.

Kata kunci : Strategi pemasaran, Analisis SWOT, *Coffee Shop*

ABSTRACT

In this era of globalization, marketers are required to be more creative and innovative in building a business in order to compete with new competitors. One of the businesses that is in great demand today is in the retail sector, especially in the coffee shop sector. The business that is built, of course, there will be competitive business competition. Therefore, every business must have its own marketing strategy in order to keep attracting consumers to consume the products offered. The purpose of the marketing strategy is to maximize profits, expand and win the market, and excel in products with similar businesses and provide a place for artists to exhibit their work, especially in the city of Surabaya.

The research was conducted using a qualitative descriptive method with purposive sampling technique, because the data collection method used was by conducting observations, interviews and collecting documents from sources as the operational team and digital marketing team. The steps for conducting this research are the preparation stage, the implementation stage and the reporting stage.

The results of this study indicate that the marketing strategy that has been implemented at the Samata House Coffee Shop previously has not run optimally due to the lack of awareness of the working human resources, so it is necessary to rearrange the marketing strategy according to the conditions in the current field so that the goal is achieved. The preparation of this marketing strategy is carried out based on an analysis of the internal and external business environment. One of the marketing strategies that have started to be implemented is upgrading recipes, promoting the use of member cards, holding promos for slow moving menus involving e-commerce, stocking raw materials on fast moving menus and giving coffee shop consumers stickers to minimize brand awareness. .

Keywords: Marketing strategy, SWOT analysis, Coffee Shop

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi ini para pemasar dituntut untuk menjadi semakin kreatif dan inovatif dalam membangun sebuah usaha agar bisa bersaing dengan para kompetitor baru. Salah satu usaha yang banyak diminati saat ini adalah pada bidang retail khususnya pada sektor *coffee shop*. Bisnis kedai kopi menjadi fenomena di kota-kota yang ada di Indonesia. Menurut Adiwalyo (2016 : 23) *Coffee shop* di Indonesia tidak hanya dimiliki oleh para pengusaha kopi individual tetapi juga dimiliki oleh perusahaan besar. Menurut Anggara (2017 : 186-196) terdapat banyak cara untuk menarik minat konsumen dalam retail, salah satu cara untuk menarik minat konsumen untuk datang ke *coffee shop* adalah dengan memperhatikan *store atmosphere*, sehingga konsumen tersebut memiliki minat untuk datang ke *coffee shop*. *Store atmosphere* adalah bagaimana cara penataan ruangan bagian dalam toko (*instore*) dan bagian luar toko (*outstore*) sehingga hal tersebut dapat menarik minat para konsumen untuk mengunjungi toko tersebut berulang kali.

Berdasarkan uraian di atas, juga dapat diketahui bahwa hal tersebut tidak lepas dari persaingan bisnis yang kompetitif. Oleh karena itu, setiap usaha harus memiliki strategi pemasaran tersendiri agar dapat tetap menarik minat konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Lingkungan eksternal dan lingkungan internal merupakan faktor yang mempengaruhi

keberlangsungan sebuah usaha. Lingkungan yang positif merupakan penunjang dalam keberlangsungan sebuah usaha. Lingkungan yang positif merupakan penunjang dalam keberlangsungan kegiatan dan lingkungan yang negatif yang terjadi merupakan gangguan dalam keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan analisis perubahan lingkungan yang terjadi. Lingkungan internal dapat dilakukan dengan memperhatikan kekuatan dan kelemahan usaha yang didirikan.

Strategi pemasaran suatu produk sangat erat kaitannya dengan faktor lingkungan usaha, maka Samata House perlu memperhatikan aspek lingkungan. Mempelajari aspek lingkungan maka dapat menggunakan pendekatan dengan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*). Menurut Rangkuti (2016:10) bahwa analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Hal ini yang akan membuat perusahaan harus menjalankan operasionalnya secara efektif dan efisien dalam bidang pemasaran.

Samata House ini juga harus membuat strategi pemasaran dengan penekanan menggunakan analisis SWOT pada kekuatan perusahaan untuk menutupi kelemahan serta menggunakan peluang-peluang yang terlihat dari analisis tersebut untuk menutupi ancaman dari segi eksternal. Analisis yang dilakukan Samata House ini nantinya akan dapat melihat posisinya terhadap

pesaing yang lain di usaha yang sama. Analisis ini juga dapat dirumuskan untuk melakukan strategi memenangkan pasar. Penelitian kali ini penting karena dapat melakukan penyusunan strategi pemasaran sekaligus melakukan analisis kelemahan dan kelebihan usaha *coffee shop* Samata House, sehingga dapat mengurangi terjadinya ancaman dari pesaing *coffee shop* lainnya. Penggunaan analisis SWOT dapat memberikan masukan kepada perusahaan yang berhubungan dengan strategi pemasaran yang diterapkan. Berdasarkan uraian yang diungkapkan sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana penyusunan strategi pemasaran pada *coffee shop* Samata House Surabaya. Oleh karena itu peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Studi Deskriptif Penyusunan Strategi Pemasaran Pada *Coffee Shop* Samata House Surabaya”**.

B. Fokus Masalah

Bagaimana penyusunan strategi pemasaran pada *coffee shop* Samata House Surabaya?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui penyusunan strategi pemasaran pada *Coffee Shop* Samata House.

D. Manfaat Penelitian

1. Untuk peneliti :
 - a. Menambah wawasan serta ilmu pengetahuan dan juga sebagai aplikasi materi mata kuliah yang telah diperoleh

- b. Menambah pengalaman dan relasi baru, yang mungkin dapat berguna suatu hari nanti.
2. Untuk obyek yang diteliti :
- a. Sebagai bahan untuk melakukan strategi memenangkan pasar dan dapat mengurangi terjadinya ancaman dari perusahaan pupuk lainnya.
 - b. Sebagai sarana informasi untuk dijadikan bahan evaluasi terhadap usaha dalam meningkatkan kepuasan konsumen dan strategi pemasaran.
3. Untuk pembaca :
- a. Memperoleh sumber informasi dan wawasan tambahan mengenai proposal seminar yang saya tulis.
 - b. Akan menjadi data dasar yang komprehensif, baik dan benar mengenai proposal seminar yang saya tulis.
4. Untuk STP AMPTA :
- Sebagai pengembangan ilmu untuk penelitian lainnya yang lebih relevan dan sebagai bahan acuan untuk menerapkan pemikiran kreatif.