STRATEGI PEMASARAN PADA LOOPS CAFE YOGYAKARTA DALAM USAHA MENINGKATKAN PENJUALAN

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Sains Terapan D IV

Disusun Oleh:

YOGA RIZKI RACHMAN

312100609

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI HOTEL

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA

YOGYAKARTA

2017

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI PEMASARAN PADA LOOPS CAFE YOGYAKARTA DALAM USAHA MENINGKATKAN PENJUALAN

Oleh :

YOGA RIZKI RACHMAN

312100609

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Utama	Pembimbing Pendamping
(Ali Hassan, S.E., MM.)	(Saptin Dwi S H, S.Pd., M.Pd.)
NIDN :0526125901	NIDN : 0523206601

Mengetahui,

Ketua Jurusan

(Hermawan Prasetyanto, S.Sos., S.ST., MM.)

NIDN : 0516057102

BERITA ACARA UJIAN

STRATEGI PEMASARAN PADA LOOPS CAFE YOGYAKARTA DALAM USAHA MENINGKATKAN PENJUALAN

Disusun Oleh :

YOGA RIZKI RACHMAN

312100609

Telah Dipertahankan Didepan Tim Penguji

dan Dinyatakann LULUS

Pada Tanggal : 11 April 2017

TIM PENGUJI :

PENGUJI UTAMA	: Hari Rachmadi, SE, MM	:.....
NIDN	: 0505076501	
PEMBIMBING UTAMA	: Ali Hassan, S.E., MM	: .....
NIDN	: 0526125901	
PEMBIMBING PENDAMPING	: Saptin Dwi S H, S.Pd., M.Pd.	: .....
NIDN	: 0523206601	

Mengetahui,
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA

(Drs. H. Santosa, MM.)
NIDN : 0511095401

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Yoga Rizki Rachman
NIM	: 312100609
Program Studi	: D IV Administrasi Hotel
Judul TugasAkhir	: STRATEGI PEMASARAN PADA LOOPS CAFE YOGYAKARTA DALAM USAHA MENINGKATKAN PENJUALAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau dapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain. Kecuali yang tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 6 April 2017

Yoga Rizki Rachman

MOTTO

Pendidikan bukanlah suatu proses untuk mengisi wadah yang kosong, akan tetapi Pendidikan adalah suatu proses menyalakan api pikiran – W.B. Yeats

HALAMAN PERSEMBAHAN

Aku persembahkan karyaku kepada:

1. Allah SWT yang telah menuntunku, dan memberikan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orangtuaku yang telah berkorban dan bekerja keras, mendidik dan membesarkan dengan penuh kasih sayang, kesabaran, dan selalu menyemangati penulis.
3. Teman-teman seperjuangan saat mengerjakan tugas akhir ini Fazri Ghifari, Bayu Prasetyo, dan Danang Prasojo yg telah memberi motivasi, bantuan, dan nasehat.
4. Kepada Almamaterku, Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta
5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga skripsi dengan judul "Strategi Pemasaran Pada Loops Cafe Yogyakarta Dalam Usaha Meningkatkan Penjualan" dapat terselesaikan dengan baik. Penulisan skripsi ini merupakan sebagian dari syarat-syarat yang harus dipenuhi guna mencapai gelar Sarjana Pariwisata dari Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah berperan baik secara langsung ataupun tidak langsung mewujudkan skripsi ini.

Ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya secara tulus ikhlas penulis ucapkan kepada:

1. Drs. H. Santosa, MM., selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
2. Hermawan Prasetyanto, S.Sos.,S.ST., M.Mpar, selaku ketua jurusan program studi Perhotelan Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
3. Ali Hassan, S.E., MM. selaku pembimbing utama yang telah dengan sabar dan arif memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
4. Saptin Dwi S H, S.Pd., M.Pd., selaku pembimbing pendamping yang telah dengan sabar dan arif memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.

5. Hari Rachmadi, S.E., MM. Selaku penguji dalam yang telah menguji dalam penulisan skripsi ini.
6. Seluruh dosen pengajar dan karyawan STP AMPTA Yogyakarta.
7. Seluruh staff Loops Cafe Yogyakarta.
8. Semua pihak yang terlibat dan tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan, dukungan dan doa kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan guna melengkapi segala kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan. Terimakasih.

Yogyakarta, 6 April 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PENGESAHAN ii

BERITA ACARA UJIAN iii

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI iv

MOTTO v

HALAMAN PERSEMBAHAN vi

KATA PENGANTAR vii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR xii

ABSTRAK xiv

ABSTRACT xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 3

C. Batasan Masalah 3

D. Tujuan Penelitian 3

E. Manfaat Penelitian 4

BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori 5

B. Kerangka Pikiran 26

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian 28

B. Validitas dan Reliabilitas Data 29

C. Teknik Pengumpulan Data 30

D. Teknik Analisis 32

BAB IV ANALISA DATA

A. Loops Cafe Yogyakarta 36

B. Strategi Pemasaran Loops Cafe Yogyakarta 42

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 64

B. Saran 65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisis Faktor Internal dan Eksternal 34

Tabel 4.1. Analisis Faktor Internal Loops Cafe Yogyakarta 53

Tabel 4.2. Analisis Faktor Eksternal Loops Cafe Yogyakarta..... 60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis 27

Gambar 4.1. Struktur Organisasi Loops Cafe Yogyakarta 39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Surat ijin penelitian dari STP AMPTA Yogyakarta
Lampiran II	Surat balasan ijin penelitian dari Loops Cafe Yogyakarta
Lampiran III	Dokumentasi
Lampiran IV	Lain - lain

ABSTRAK

Persaingan usaha antar cafe menyebabkan pemilik atau pengelola usaha harus dapat berusaha keras dapat meraih konsumen. Pemilik atau pengelola cafe harus dapat memahami selera dan perilaku masyarakat yang menjadi konsumen. Loops Cafe yang berlokasi di jalan Perumnas Seturan No. B40 Yogyakarta adalah satu tempat cafe yang menyediakan menu dessert dan menu lainnya. Loops Cafe sudah beroperasi sejak tahun 2012. Menurut pemilik, rata-rata jumlah konsumen yang menikmati produk dan jasanya mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pemilik mempunyai harapan agar jumlah konsumen dapat bertahan dan berupaya untuk selalu bertambah sehingga dapat meningkatkan laba usaha cafenya. Oleh karena itu penulis tertarik mengambil judul "**Strategi Pemasaran Pada Loops Cafe Yogyakarta Dalam Usaha Meningkatkan Penjualan**".

Metode Penelitian yang dilakukan pada penulisan ini adalah dengan cara wawancara dan dokumentasi dengan pemilik Loops Cafe Yogyakarta. Adapun hasil dari wawancara dan dokumentasi yang dilakukan yaitu Strategi pemasaran yang dilaksanakan Loops Cafe Yogyakarta selama ini yaitu menciptakan loyalitas konsumen dan meningkatkan mutu produk dan pelayanan dengan menyelenggarakan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan karyawan.

Strategi pemasaran yang perlu dilakukan Loops Cafe Yogyakarta, yaitu: a. Strategi S-O *(Strength-Opportunity)*: meningkatkan volume penjualan dengan menambah saluran distribusi seperti membuka cabang dan peningkatan variasi produk dengan penganekaragaman menu melalui inovasi produk; b. Strategi W-O *(Weakness-Opportunity)*: mengadakan pelatihan SDM untuk meningkatkan kualitas manajerial dengan penerapan *job description* yang jelas dan terarah, dan melakukan pencatatan keuangan secara akuntansi dengan memanfaatkan teknologi yang ada; c. Strategi S-T (*Strength-Threat)*: meningkatkan loyalitas pegawai untuk bertahan dalam persaingan industri; Strategi W-T *(Weakness-Threat)*: meningkatkan fasilitas berupa penyediaan sarana parkir dan pembuatan sertifikasi halal dari MUI untuk kepercayaan informasi kualitas produk yang diberikan kepada konsumen.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Loops Cafe Yogyakarta

ABSTRACT

Business rivalry between cafe led to the owner or manager should be trying hard efforts can reach for consumers. The owner or the person who manages the cafe should be able to understand the tastes and behavior of a society becoming consumers. Loops Cafe that is located on jalan Perumnas Seturan No. B40 is a cafe which provides menu dessert menu and more. Loops Cafe have operated since the year 2012. According to the owner, the average number of consumers who enjoy their products and services has increased from year to year. The owner has the hope that the number of consumers able to survive and strive to always grow so that it can increase business profit cafenya. Therefore, the authors are interested in taking the title "marketing strategy On Loops of Yogyakarta In the Cafe increase sales".

The method of research conducted at this writing is by means of interviews and the documentation with the owner of the Cafe Loops. As for the results of the interviews and the documentation is done namely marketing strategies implemented this Yogyakarta for Cafe Loops i.e. created consumer loyalty and increase product quality and service by organizing training for improving the skills of employees.

A marketing strategy that needs to be done, namely Yogyakarta Cafe Loops: a. S-O Strategies (Strength-Opportunity): increasing sales volume by adding distribution channels such as the opening of branches and improvement of product variations with penganekaragaman menu through product innovation; b. Strategies W-O (Weakness-Opportunity): conduct training of HUMAN RESOURCES to improve the quality of the managerial with implementation of job description a clear and purposeful, and did the recording of financial accounting by leveraging existing technologies; c. S-T Strategies (Strength-Threat): increasing employee loyalty to survive in the competition of the industry; The W-T strategies (Weakness-Threat): increasing the supply of parking facilities in the form of and the making of the MUI halal certification to trust product quality information provided to consumers.

Kata Kunci : Marketing Strategy, Loops Cafe Yogyakarta

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha di era globalisasi saat ini semakin pesat dan ketat dalam hal persaingan bisnis. Sehingga perusahaan dituntut untuk melakukan persaingan guna merebut dan menguasai pangsa pasar dengan memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Dunia bisnis diibaratkan seperti medan pertempuran dan memasuki dunia bisnis berarti terun ke dalam medan perang. Sehingga kemenangan perang dalam dunia bisnis adalah pada saat berhasil meraih pangsa pasar.

Saat ini cafe sudah banyak ditemui diberbagai daerah, oleh karena itu dalam menghadapi situasi persaingan yang semakin ketat dan kondisi sosial yang terus berubah, menuntut setiap pemilik usaha cafe selalu tanggap dan menyesuaikan diri dalam menghadapi persaingan. Mereka saling bersaing untuk menjadi yang terbaik, dengan memberikan pelayanan yang terbaik. Hal ini dilakukan agar cafe mendapatkan kepercayaan konsumen dan selalu menghasilkan produk yang sesuai selera dan kebutuhan konsumen serta dengan kualitas yang terbaik. Makanan dan minuman yang dapat disediakan cafe dengan harga yang terjangkau dan sesuai selera konsumen.

Dewasa ini usaha cafe, khususnya yang menyediakan dessert, berkembang dengan sangat pesat di kota Yogyakarta. Hal ini dapat dilihat dari jumlah cafe yang terus bertambah, baik dalam skala kecil (depot),

maupun berskala besar (cafe). Bahkan sering kali dijumpai dalam satu lokasi yang berdekatan, terdapat dua atau lebih cafe dengan skala usaha yang sama besar dan dengan daftar menu yang kurang lebih sama. Akibatnya terjadi persaingan usaha antar cafe yang ketat, karena masyarakat sebagai konsumen mempunyai pilihan yang beragam untuk memenuhi kebutuhan akan penyediaan dan pelayanan.

Persaingan usaha antar antar cafe menyebabkan pemilik atau pengelola usaha harus dapat berusaha keras dapat meraih konsumen. Pemilik atau pengelola cafe harus dapat memahami selera dan perilaku masyarakat yang menjadi konsumen. Kondisi internal dan eksternal cafe perlu dipahami dengan baik sehingga dapat merumuskan strategi pemasaran yang tepat untuk tetap mempertahankan konsumen dan meningkatkan jumlah konsumen yang dapat memaksimalkan keuntungan.

Loops Cafe yang berlokasi di jalan Perumnas Seturan No. B40 Yogyakarta adalah satu tempat cafe yang menyediakan menu dessert dan menu lainnya. Loops Cafe sudah beroperasi sejak tahun 2012. Loops Cafe masih tetap eksis dalam kondisi persaingan antar cafe, meskipun banyak bermunculan pesaing–pesaing baru yang menyediakan berbagai *food dessert beverage*. Menurut pemilik, rata-rata jumlah konsumen yang menikmati produk dan jasanya mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pemilik mempunyai harapan agar jumlah konsumen dapat bertahan dan berupaya untuk selalu bertambah sehingga dapat meningkatkan laba usaha cafenya.

Warga masyarakat yang belum menjadi pelanggan atau konsumen Loops cafe masih banyak sehingga pemilik atau pengelola Loops Cafe merencanakan untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat, yang didasarkan atas analisa konsumen dan analisa situasi dan kondisi internal-eksternal perusahaan. Oleh karena itu penulis tertarik mengambil judul "**STRATEGI PEMASARAN PADA LOOPS CAFE YOGYAKARTA DALAM USAHA MENINGKATKAN PENJUALAN**".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, penulis ingin meneliti : Strategi pemasaran apa yang perlu dilakukan Loops Cafe Yogyakarta di dalam menjalankan usahanya agar dapat tetap bertahan dalam persaingan ?

C. Batasan Masalah

Dalam kegiatan penelitian ini, dirumuskan batasan masalah. Untuk menjaga agar penelitian ini tidak terlalu luas di dalam mencari rangkaian permasalahan dan pembahasan yang lebih mengarah pada pemahaman yang lebih baik, maka penulis membatasi penelitian ini hanya pada strategi pemasaran di Loops Cafe Yogyakarta.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulisan ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilaksanakan Loops Cafe Yogyakarta selama ini.
2. Mengusulkan strategi pemasaran yang perlu dilakukan Loops Cafe Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

   Untuk menambah wawasan berpikir tentang strategi pemasaran di dalam menjalankan bisnis cafe.

2. Bagi Loops Cafe Yogyakarta

   Membantu Loops Cafe dengan memberikan informasi dan sumbangan pemikiran mengenai langkah-langkah yang perlu dilakukan Loops Cafe Yogyakarta dalam menjalankan usahanya.

3. Bagi Pembaca

   Sebagai tambahan informasi dan referensi bacaan bagi pembaca.untuk dapat memahami permasalahan tugas akhir ini secara lebih mendalam dan untuk menyamakan persepsi, maka perlu disusun landasan teori yang menjelaskan tentang strategi pemasaran beserta langkah-langkahnya.