

**STRATEGI PROMOSI SAPA KOPI DALAM MENINGKATKAN  
JUMLAH PENGUNJUNG**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**Farkhan Ajie Nugroho P.**

**17.96.0188**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2021**

**SKRIPSI**  
**STRATEGI PROMOSI SAPA KOPI DALAM MENINGKATKAN**  
**JUMLAH PENGUNJUNG**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1)



**Oleh:**

Farkhan Ajie Nugroho P. 17.96.0188

**Dosen Pembimbing:**

Kartikasari Yudaningsgar, S.I.Kom., M.A.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**  
**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**2021**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### STRATEGI PROMOSI SAPA KOPI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar Strata Satu (S1) pada  
program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan oleh:

**Farkhan Ajie Nugroho P.**

**17.96.0188**

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

**Kartikasari Yudaningsar, S.I.Kom., M.A**

**(NIK. 190302444)**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial

Ketua Program Studi

**Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom**

NIK. 190302125

**Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.E**

NIK. 190302107

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Farkhan Ajie Nugroho P.  
NIM : 17.96.0188  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Sosial  
Universitas : Universitas Amikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 28 Mei 2021

Yang Memberi Pernyataan



Farkhan Ajie Nugroho P.

NIM. 17.96.0188

## KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kita dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. Selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Kartikasari Yudaningsar, S.I.Kom., M.A. Selaku Pembimbing Skripsi, yang dengan segala keikhlasan dan kesabaran meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, serta memberikan saran yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak dan Ibu dosen beserta Staf Administrasi Universitas Amikom Yogyakarta pada umumnya dan Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Sosial pada khususnya yang telah membantu kelancaran selama proses perkuliahan.
6. Bapak Govinda Alvin selaku pemilik dari Sapa Kopi yang telah memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian, serta Ibu Nisrina Luthfi selaku marketing Sapa Kopi yang telah banyak membantu memberikan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Rekan-rekan mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2017 khususnya kelas Ilmu Komunikasi 03 Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom

Yogyakarta yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu, atas kerjasama dan kebersamaan selama proses perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.

8. Teristimewa penghargaan dan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada kedua orang tua penulis yaitu ayah Teguh Pramono dan ibu Murthofiah, yang senantiasa memberikan dukungan, nasehat, motivasi serta doa yang tiada henti dan jasa-jasa beliau dalam mendidik, dan membesarkan penulis demi menjadi orang yang berguna bagi semua umat manusia.
9. Bengkel Inshaallah khususnya mas Simanto yang memberikan saya motivasi dan semangat untuk mengerjakan skripsi serta rekan-rekan yang lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu, atas kerjasamanya dalam mendukung dan memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa terdapat keterbatasan dan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan saran dan krikitan yang membangun dari pembaca. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti, pembaca dan penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 09 April 2021

Farkhan Ajie Nugroho P.

# Strategi Promosi Sapa Kopi dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung

Farkhan Ajie Nugroho P.

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom  
Yogyakarta

[farkhan.14@students.amikom.ac.id](mailto:farkhan.14@students.amikom.ac.id)

## INTISARI

Strategi promosi merupakan salah satu faktor yang penting bagi suatu perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan. Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat menuntut setiap perusahaan meningkatkan promosi produknya kepada konsumen. Salah satu cara agar produk perusahaan dapat dikenal oleh konsumen adalah dengan melakukan strategi promosi yang tepat. Keberhasilan dalam suatu strategi promosi yang dilakukan perusahaan sangat dipengaruhi oleh bauran promosi. Pemilihan bauran promosi yang tepat, efisien dan efektif merupakan kunci pokok kegiatan promosi suatu perusahaan.

Sapa Kopi merupakan salah satu pelaku usaha yang bergerak di bidang kuliner di Kota Solo dan Kabupaten Sragen dengan konsep *coffee shop*. Sebagai salah satu pendatang di bidang kuliner, Sapa Kopi mempunyai berbagai macam strategi promosi yang bertujuan untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat agar tertarik untuk datang ke Sapa Kopi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tentang bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh Sapa Kopi dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif dengan mengumpulkan data berupa kata-kata, gambar atau dokumen yang berkaitan. Langkah-langkah untuk pengumpulan data dilakukan melalui teknik wawancara, dokumentasi dan observasi. Analisis data menggunakan beberapa langkah yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan strategi promosi yang dilakukan oleh Sapa Kopi menggunakan pengembangan komunikasi efektif yang memiliki delapan program. Pelaksanaan promosi yang dilakukan dengan cara memanfaatkan periklanan, promosi penjualan, publisitas dan hubungan masyarakat, pemasaran interaktif, *word of mouth marketing*, serta *event and experience*. Kemudian dalam tahap evaluasi promosi, Sapa Kopi melakukan rapat evaluasi secara rutin di setiap akhir bulan.

**Kata kunci : Strategi, Promosi, Sapa Kopi, Bauran Promosi, Pengunjung**

# **Sapa Kopi Promotion Strategy in Increasing the Number of Visitors**

Farkhan Ajie Nugroho P.

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom  
Yogyakarta

[farkhan.14@students.amikom.ac.id](mailto:farkhan.14@students.amikom.ac.id)

## **ABSTRACT**

*One of the most significant factors in increasing a company's sales volume is its promotion strategy. Due to the increasingly fierce competition, every business must increase its product promotion to potential customers. For a company to gain recognition, the right promotional strategy is critical. A number of variables influence the effectiveness of a promotional strategy, and selecting the appropriate, reliable, and successful promotional mix of variables is critical to a company's promotional activities. With that in mind, Sapa Kopi, a coffee shop located in Solo city and Sragen regency is the research object in this study. Sapa Kopi, as a newcomer to the culinary business, has a variety of promotional strategies in place to promote its products to the wider populace and attract people to visit.*

*This research will look at Sapa Kopi's promotional strategies for growing their customer. The Descriptive Qualitative analysis approach was used in this study to collect data in the form of words, images, and related documents. Interviews, documentation, and observation were used as part of the data collection process. Moreover, data analysis was carried out in a series of steps that included data collection, data reduction, data presentation, and conclusions. The findings of this study show that Sapa Kopi's promotion strategy, which includes eight initiatives, is based on the creation of effective communication. Advertisement, product promotion, publicity and public relations, interactive marketing, word-of-mouth marketing, and events and experiences are all used in promotion. Sapa Kopi then holds monthly assessment meetings at the end of each month during the promotion evaluation stage.*

**Keywords** : *Strategy, Promotion, Sapa Kopi, Promotion Mix, Customers*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Batasan Masalah .....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
1.5 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Landasan Teori .....	11
2.2.1 Strategi Promosi .....	11
2.2.2 Bauran Promosi .....	26
2.3 Kerangka Berpikir .....	34
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1 Desain Penelitian .....	36
3.2 Objek Penelitian .....	37

3.3	Subjek Penelitian .....	37
3.4	Jenis dan Sumber Data .....	38
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.6	Teknik Analisis Data .....	40
3.7	Triangulasi .....	42
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>44</b>
4.1	Hasil .....	44
4.1.1	Perencanaan Promosi .....	44
4.1.2	Pelaksanaan Promosi .....	57
4.1.3	Pengendalian dan Evaluasi Promosi .....	69
4.2	Pembahasan .....	71
4.2.1	Perencanaan Promosi .....	71
4.2.2	Pelaksanaan Promosi .....	82
4.2.3	Pengendalian dan Evaluasi Promosi .....	87
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>89</b>
5.1	Kesimpulan .....	89
5.2	Saran .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>92</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>96</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Restoran/Rumah Makan Menurut Kecamatan 2016-2019 .....	2
Tabel 1.2 Data Pengikut Instagram.....	5
Tabel 1.3 Jumlah Pengunjung Sapa Kopi Tahun 2019-2020 .....	6



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Berpikir .....	35
Gambar 4.1 Caption Instagram Sapa Kopi .....	52
Gambar 4.2 Caption Instagram Sapa Kopi .....	52
Gambar 4.3 Promo Discount 20% All Menu .....	60
Gambar 4.4 Promo melalui Grab .....	61
Gambar 4.5 Halaman Website Traveloka.com .....	62
Gambar 4.6 Pemberitaan Sapa Kopi di Tribunnews.com .....	62
Gambar 4.7 Pemberitaan Sapa Kopi di Tribunnewswiki.com .....	63
Gambar 4.8 Instagram Sapa Kopi .....	64
Gambar 4.9 Facebook Sapa Kopi .....	64
Gambar 4.10 Review dari konsumen Sapa Kopi .....	65
Gambar 4.11 Review dari konsumen Sapa Kopi .....	66
Gambar 4.12 Review dari konsumen Sapa Kopi .....	66
Gambar 4.13 Review dari konsumen Sapa Kopi .....	67
Gambar 4.14 Komunitas Klub Buku Sragen yang Mengadakan Event di Sapa Kopi.....	68
Gambar 4.15 Acara Kolaborasi antara Klub Buku Sragen dengan Sapa Kopi .....	68