

PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN *COFFE SHOP*

(*Study Coffe Shop* Kopi Kampung Ambarukmo)

SKRIPSI



disusun oleh:

Albet Kurniawan

18.96.0635

PROGRAM SARJANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

2023

PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN *COFFE SHOP*

(*Study Coffe Shop Kopi Kampung Ambarukmo*)

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagai persyaratan

mencapai gelar Sarjana

Pada Program Studi Ilmu komunikasi



disusun oleh:

Albet Kurniawan

18.96.0635

PROGRAM SARJANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

2023

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN *COFFE SHOP*

(*Study Coffe Shop* Kopi Kampung Ambarukmo)

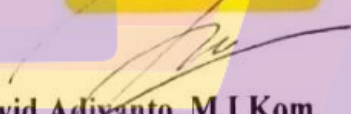
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Albet Kurniawan

18.96.0635

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 23 Februari 2023

Dosen Pembimbing,


Wiwid Adiyanto, M.I.Kom

NIK. 190302477

PENGESAHAN
SKRIPSI
PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN *COFFE SHOP*
(*Study Coffe Shop Kopi Kampung Ambarukmo*)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Albet Kurniawan

18.96.0635

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 21 Maret 2023

Susunan Dewan Penguji

Nama penguji

Wiwid Adivanto, M.I.Kom

NIK. 190302477

Andreas Tri Pamungkas, M.A

NIK. 190302522

Rr. Pramesthi Ratnaningtyas, S.sos., M.A.

NIK. 190302476

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Tanggal 21 Maret 2023

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



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

NIK. 190302096

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 23 Februari 2023

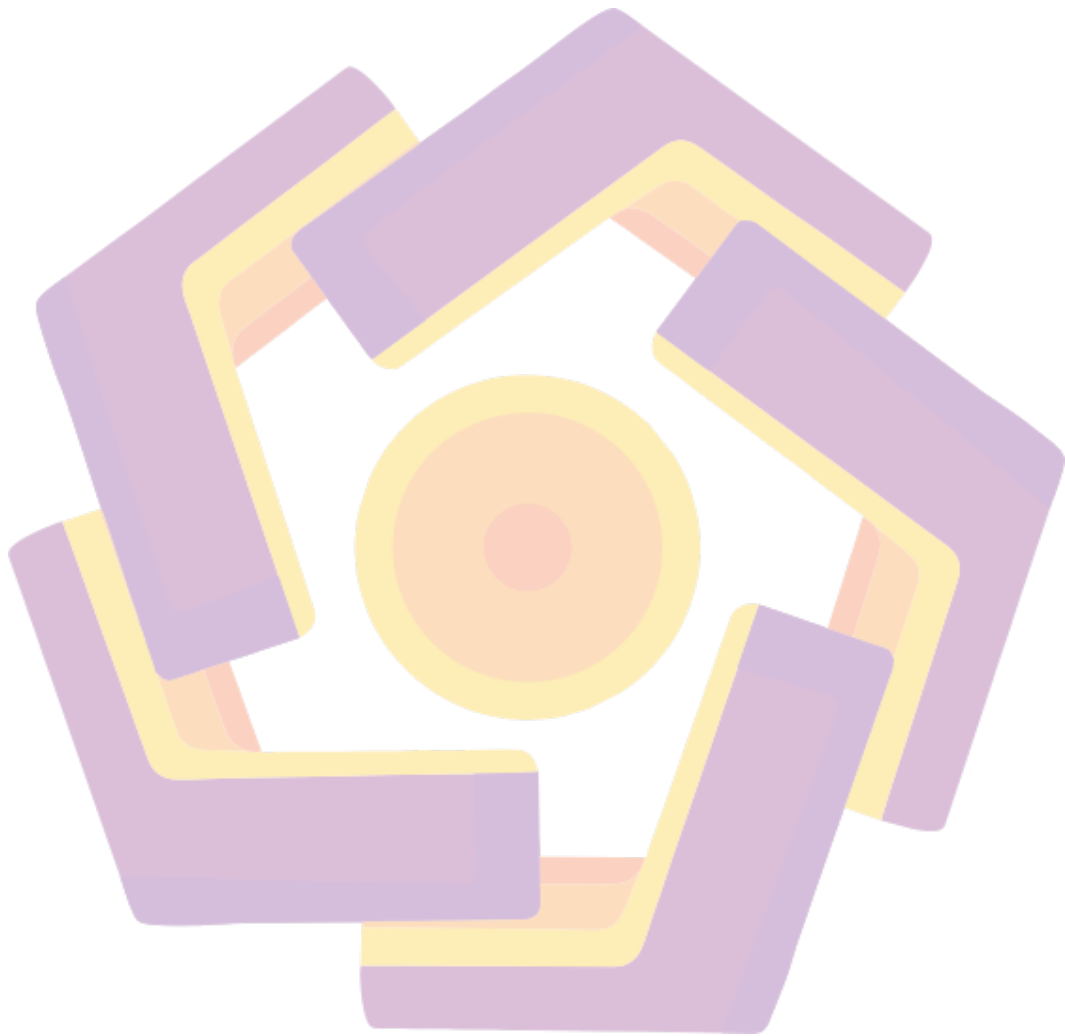


Albet Kurniawan

NIM 18.96.0635

MOTTO

“Jadi baik, bermanfaat dan kaya”



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga peneliti 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 peneliti telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian skripsi. Dalam proses penyusunan skripsi ini peneliti mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dalam penyusunan proposal penelitian ini sehingga dapat selesai dengan waktu yang sudah ditentukan.
2. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M., selaku rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
5. Bapak Wiwid Adiyanto, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing skripsi.
6. Bapak Agung Aji Wijaya selaku Owner Kopi Kampung Ambarukmo yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di Kopi Kampung Ambarukmo dan meluangkan waktunya untuk diwawancarai sebagai narasumber dalam penelitian ini.
7. Adibya Rakhma selaku Manajer di Kopi Kampung Ambarukmo yang telah meluangkan waktunya untuk diwawancarai sebagai narasumber dalam penelitian ini dan memberikan informasi mengenai Kopi Kampung Ambarukmo.
8. Hidayatus Sholeha selaku Kasir di Kopi Kampung Ambarukmo yang telah meluangkan waktunya untuk diwawancarai sebagai narasumber

dalam penelitian ini dan memberikan informasi mengenai Kopi Kampung Ambarukmo.

9. Mak Dili Artini dan Bak Adi Thomas yang selalu mendukung dan memberi semangat kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Ria Andisa yang selalu memberikan dukungan untuk penulis selama penyusunan skripsi ini.
11. Ivan prasetya yang selalu menyediakan laptop ketika peneliti ingin membuat skripsi dan Gea Mahardika yang selalu terjun langsung dalam proses pembuatan skripsi ini.
12. Teman-teman kuliah, kosan dan teman terdekat lainnya yang selalu menghibur peneliti saat penat dan membantu peneliti dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa adanya kekurangan di dalam penyusunan skripsi ini karena keterbatasan kemampuan yang dimiliki, peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak orang. Peneliti menerima kritik dan saran yang membangun untuk laporan ini untuk kebaikan dan kemajuan peneliti di masa mendatang.

Yogyakarta, 23 Februari

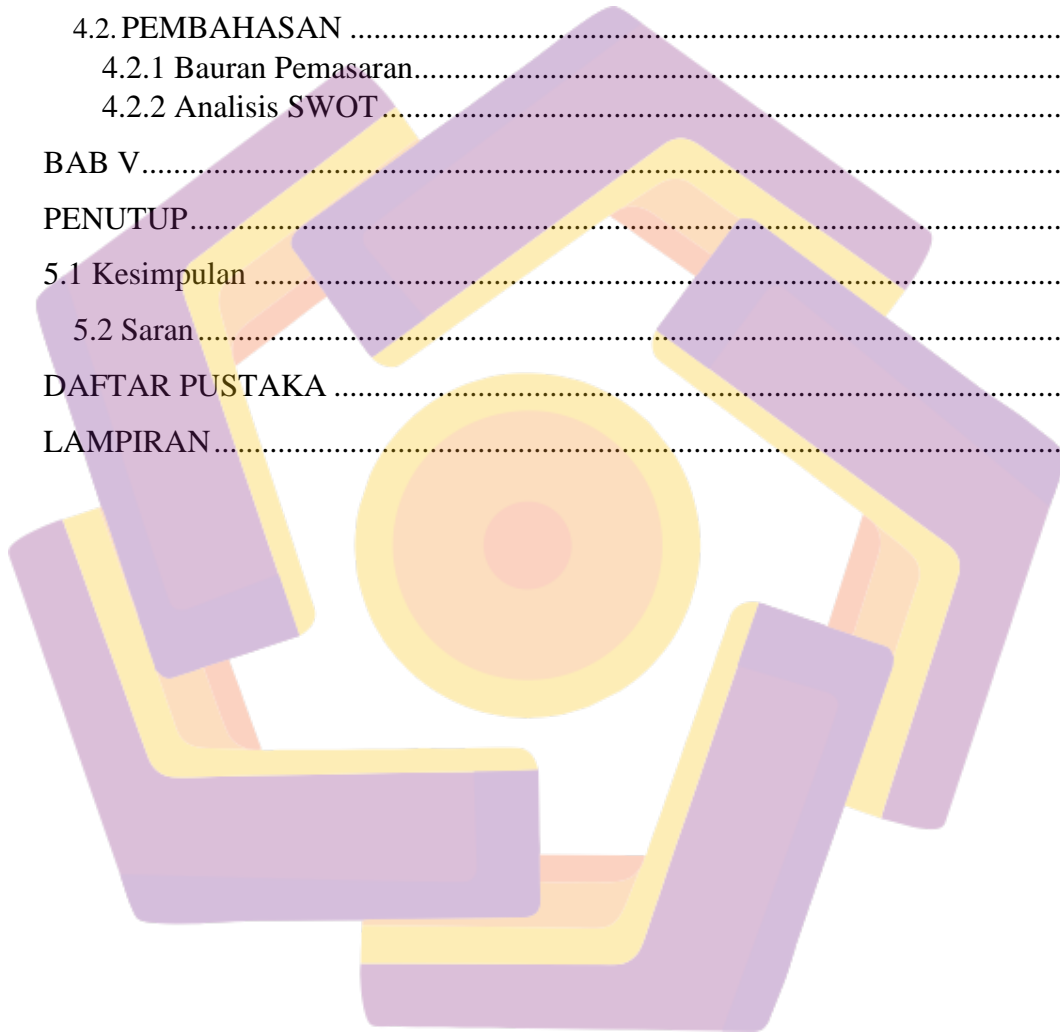


(Albet Kurniawan)

DAFTAR ISI

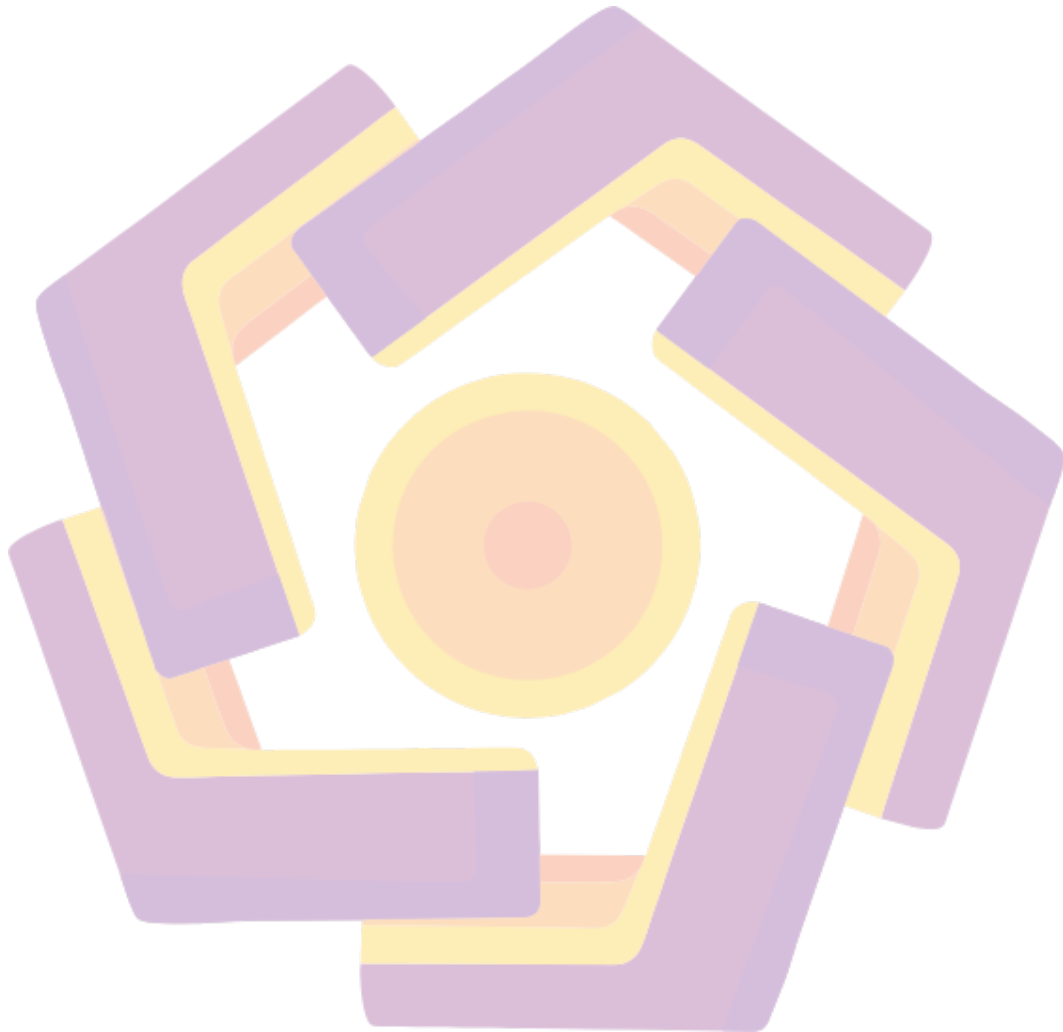
JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAK	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Sistematika BAB	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pengertian Bauran Pemasaran	8
2.1.2 Analisis SWOT	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 Kerangka Berpikir.....	22
BAB III.....	23
METODOLOGI PENELITIAN.....	23
3.1 Paradigma	23
3.2 Pendekatan Penelitian.....	23
3.3 Metode Penelitian.....	24
3.4 Objek Penelitian	24
3.5 Subjek Penelitian	24

3.6 Teknik Analisis Data	24
3.7 Keabsahan Penelitian.....	25
BAB IV	27
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	27
4.1. HASIL	27
4.1.1 Deskripsi Hasil Wawancara.....	27
4.1.2 Strategi Kopi Kampung Ambarukmo (Kokambar)	31
4.1.3 Hambatan	34
4.2. PEMBAHASAN	36
4.2.1 Bauran Pemasaran.....	36
4.2.2 Analisis SWOT	44
BAB V.....	48
PENUTUP.....	48
5.1 Kesimpulan	48
5.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN.....	54



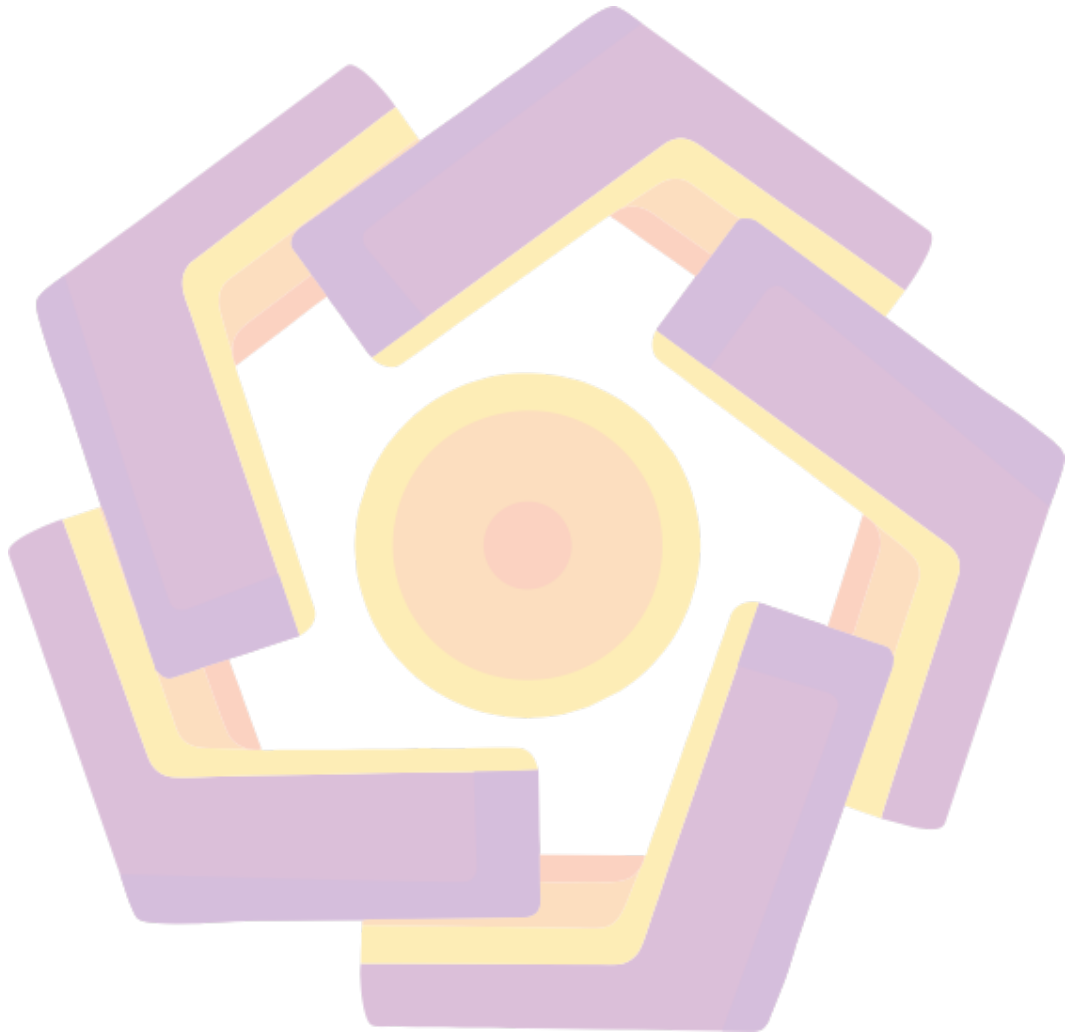
LAMPIRAN

Gambar 1 kerangka berpikir.....	22
Gambar 2 Wawancara dengan Bapak Agung Aji Wijaya (<i>Owner</i> Kopi Kampung Ambarukmo)	69
Gambar 3 Wawancara dengan Adibya Rakma (Manjaer) dan Hidayatus Sholeha (Kasir) di Kopi Kampung Ambarukmo	70



DAFTAR TABEL

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	17
--------------------------------------	----



ABSTRAK

Tercatat jumlah *Coffe shop* yang ada di Yogyakarta tahun 2022 ada sekitar 3000 kedai kopi, dari data ini tentunya jumlah kedai kopi yang tersebar di Yogyakarta sangat banyak, membuat tingkat persaingan yang semakin ketat untuk mendapatkan keuntungan, sehingga untuk mampu bertahan, setiap pelaku bisnis harus punya perencanaan strategi yang baik dan tepat. Objek penelitian adalah Kopi Kampung Ambarukmo. Tujuan penelitian adalah mendeskripsikan penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Kopi Kampung Ambarukmo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, dengan metode penelitian studi kasus, dan paradigma yang digunakan yaitu paradigma konstruktivis. Informan dalam penelitian ini yaitu Agung Aji Wijaya (*Owner*), Adibya Rakhma (*Manajer*), dan Hidayatus Sholeha (*kasir*) di Kopi Kampung Ambarukmo. Penelitian ini menggunakan teori bauran pemasaran 7P (*product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*) dan Analisis SWOT. Hasil dan pembahasan penelitian ini adalah penerapan strategi pemasaran di Kokambar melalui pendekatan langsung, promosi *media digital* (Instagram, Tiktok dan *Influencer*), serta pelayanan yang diberikan, dan terjalinnya hubungan baik dengan pelanggan, dan penetapan lokasi, sesuai dengan perencanaan dan mencapai maksud serta tujuan awal pembuatan Kokambar. Untuk kedepannya peneliti menyarankan agar Kopi Kampung Ambarukmo, dapat konsisten, dan mempunyai konten kreator dalam menjaga strategi pemasaran yang sudah berjalan sehingga produk-produk Kopi Kampung Ambarukmo dapat lebih di kenal oleh masyarakat melalui media sosial.

Kata Kunci : Persaingan *Coffe Shop*, Kopi Kampung Ambarukmo, Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Analisis SWOT.

ABSTRACT

It is recorded that the number of coffee shops in Yogyakarta in 2022 will be around 3,000 coffee shops. From this data, of course, the number of coffee shops spread across Yogyakarta is very large, making the level of competition even tougher for profits. So to be able to survive, every business person must have a good and appropriate strategic planning. The research object is Kampung Ambarukmo Coffee. The purpose of this research is to describe the implementation of the marketing strategy carried out by Kampung Ambarukmo Coffee. This research uses a qualitative approach that is descriptive, with a case study research method, and the paradigm used is the constructivist paradigm. The informants in this study were Agung Aji Wijaya (Owner), Adibya Rakhma (Manager), and Hidayatus Sholeha (cashier) at Ambarukmo Village Coffee. This study uses the 7P marketing mix theory (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence) and SWOT analysis. The results and discussion of this study are the implementation of marketing strategies in Kokambar through a direct approach, promotion of digital media (Instagram, Tiktok and Influencers), as well as services provided, and establishing good relations with customers, and determining locations, in accordance with planning and achieving goals and objectives the beginning of the manufacture of Kokambar. In the future, the researchers suggest that Kampung Ambarukmo Coffee be consistent, and have creator content in maintaining the ongoing marketing strategy so that Kampung Ambarukmo Coffee products can be better known by the public through social media.

Keywords: Coffee Shop Competition, Kampung Ambarukmo Coffee, Marketing Strategy, Marketing Mix, SWOT Analysis.