

SKEMA *ENTREPRENEURSHIP*
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA TOKO ROYAL *DESSERTS*
(Entrepreneurship)

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta



Oleh :

Ana Meilani

19.96.1134

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
(2025)

SKEMA *ENTREPRENEURSHIP*
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA TOKO ROYAL *DESSERTS*
(Entrepreneurship)

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta



Oleh :

Ana Meilani

19.96.1134

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
(2025)

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA TOKO ROYAL *DESSERTS***

yang dipersiapkan dan disusun oleh

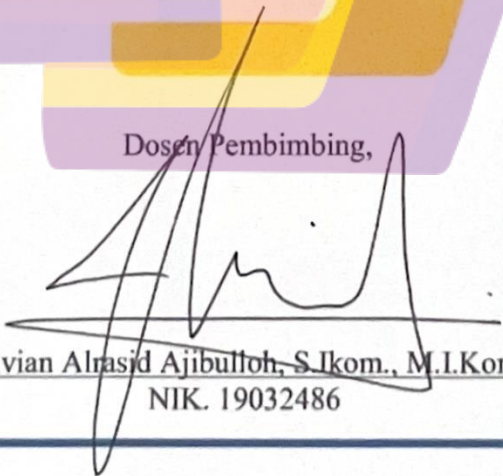
Ana Meilani

19.96.1134

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada, 19 Desember 2024

Dosen Pembimbing,


Alvia Alrasid Ajibulloh, S.Ikom., M.I.Kom
NIK. 19032486

Alvian Alrasid Ajibulloh, S.Ikom., M.Ikom
NIK. 1900302486

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI SKEMA ENTERPRENEURSHIP

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA
TOKO ROYAL DESSERTS**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ana Meilani
19.96.1134

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada, 19 Desember 2024

Nama Penguji

Dr. Nurbayti, S.I.Kom., M.A.
NIK. 190302363

Rr. Pramesthi Ratnaningtyas, S.Sos., M.A.
NIK. 190302476

Alvian Alrasid Ajibulloh, S.I.Kom., M.I.Kom
NIK. 190302486

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
(19 Desember 2024)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.
NIK. 190302125

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Ana Meilani
NIM : 19.96.1134
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Sosial
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, 16 Desember 2024

Yang Memberikan Pernyataan



Ana Meilani

NIM. 19.96.1134

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga penulis 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 penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. Selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng, Selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Alvian Alrasyid Ajibulloh, S.Ikom., M.I.Kom, selaku dosen pembimbing skripsi atas segala bimbingan, arahan, dan saran yang diberikan sehingga penyusunan skripsi bias berjalan dengan baik.
5. Seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis menempuh Pendidikan di Universitas AMIKOM Yogyakarta
6. Kedua Orang Tua penulis, Subagya dan Suhartini yang selalu mendukung, mendoakan, memberikan semangat , memberikan kasih sayang yang tak terhingga hingga saat ini kepada penulis.
7. Teman teman Kanagara di Universitas AMIKOM Yogyakarta, terimakasih selalu mendukung, memahami, mendoakan serta mengingatkan untuk selalu semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman teman tim Royal Desserts, terimakasih selalu menyemangati dan mendukung selama proses penyusunan skripsi ini. Sehingga skripsi bias berjalan dengan baik.

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas segala bantuan, semangat dan doa yang telah diberikan selama ini.

Akhir kata, semoga dengan adanya laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga penulis sangat mengharapkan dan mengucapkan banyak terimakasih atas kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.

Yogyakarta, 16 Desember 2024

Ana Meilani

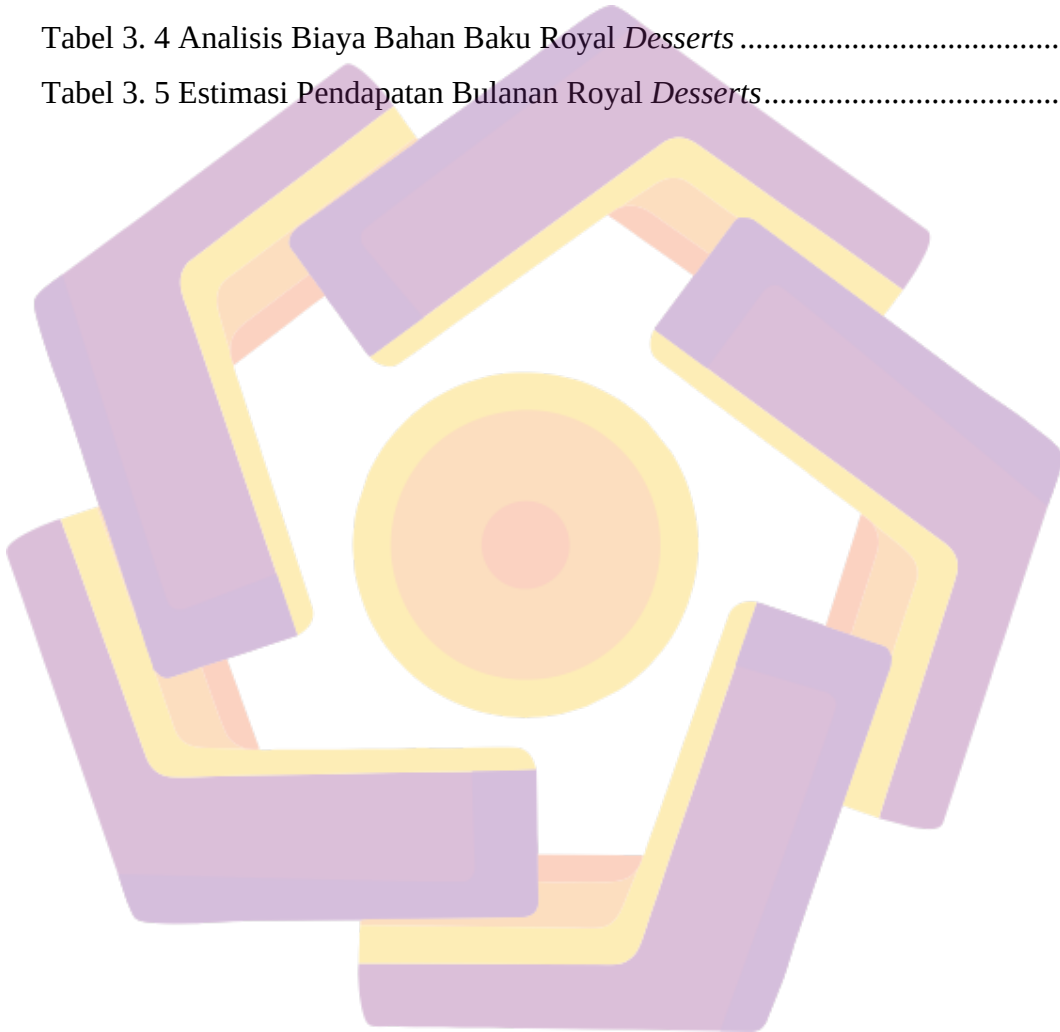
DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
INTISARI	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Skripsi <i>Entrepreneurship</i>	5
1.4. Manfaat	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Referensi Bisnis	8
2.2. Kerangka Teori	9
BAB III <i>BUSINESS PLAN</i>	17
3.1. Analisis Lingkungan	17
3.1.1. Analisis Menggunakan Bauran Pemasaran 7p.....	17
3.1.2. Bukti Hasil Produk.....	23
3.2. Tujuan Jangka Panjang dan Strategi Umum Usaha.....	34
3.3. Implementasi Strategi	35
3.3.1. Sasaran Tahunan	35
3.3.2. Strategi Organisasi	35
3.3.3. Pelaksanaan Strategi	36
3.3.4. Evaluasi Strategi	37
3.4. Analisis Kelayakan Usaha	37
3.4.1. Modal Awal.....	37

3.4.2. Biaya Tetap Bulanan.....	39
3.4.3. Biaya Tidak Tetap.....	40
3.4.4. Biaya Bahan Baku.....	40
3.4.5. Target Pasar (<i>Customer</i> Atau <i>Client</i>).....	43
BAB IV ULASAN PERANCANGAN BISNIS/USAHA.....	44
4.1. Profil Bidang Usaha.....	44
4.1.1. Profil Royal <i>Desserts</i>	44
4.1.2. Visi dan Misi.....	45
4.1.3. Logo	45
4.1.4. Struktur Organisasi	46
4.2. Analisis Bisnis	48
4.3. Evaluasi Capaian Bisnis.....	57
BAB V PENUTUP.....	60
5.1. Simpulan	60
5.2. Saran	60
LAMPIRAN.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Referensi Bisnis 1	8
Tabel 3. 1 Analisis SWOT	33
Tabel 3. 2 Analisis Kelayakan Modal Awal <i>Royal Desserts</i>	37
Tabel 3. 3 Analisis Biaya Tidak Tetap <i>Royal Desserts</i>	40
Tabel 3. 4 Analisis Biaya Bahan Baku <i>Royal Desserts</i>	40
Tabel 3. 5 Estimasi Pendapatan Bulanan <i>Royal Desserts</i>	41

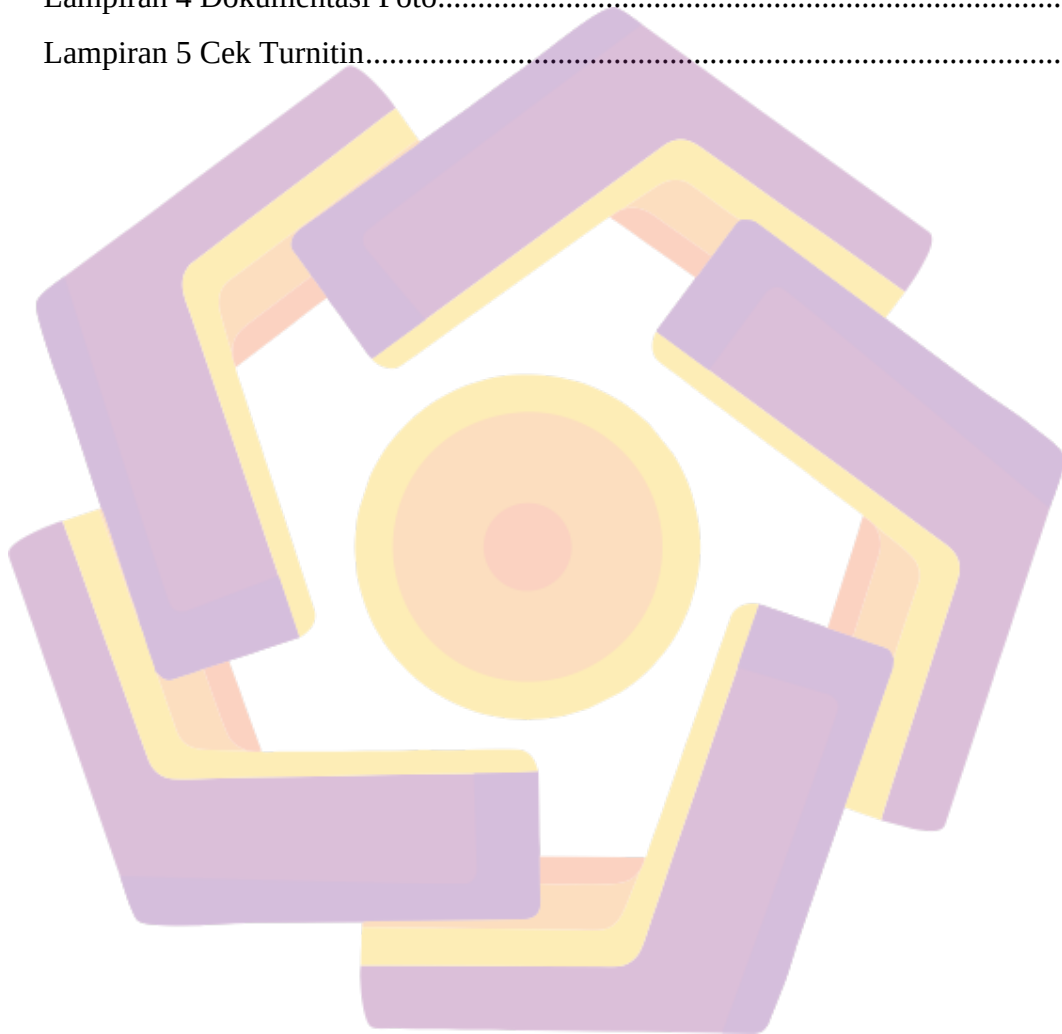


DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Harga Produk.....	18
Gambar 3. 2 Promosi Media Sosial	19
Gambar 3. 3 Maps lokasi Toko Royal <i>Desserts</i>	20
Gambar 3. 4 Pelayanan Konsumen	21
Gambar 3. 5 Kemasan, logo dan Interior	22
Gambar 3. 6 <i>Pudding Tart</i>	23
Gambar 3. 7 <i>Fruitbar</i>	24
Gambar 3. 8 <i>Fruitbar Taro</i>	25
Gambar 3. 9 <i>Crown Choco</i>	26
Gambar 3. 10 <i>Pudding Chocorich Alpanumb</i>	27
Gambar 3. 11 <i>Pudding Chocorich</i> Bulat.....	28
Gambar 3. 12 <i>Pudding Buah Large</i>	29
Gambar 3. 13 <i>Desserts box</i>	30
Gambar 3. 14 <i>Salad Buah</i>	31
Gambar 4. 1 Logo Royal <i>Desserts</i>	45
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Royal <i>Desserts</i>	46
Gambar 4. 3 iklan video di media sosial	49
Gambar 4. 4 diskon toko <i>online</i> (gofood)	51
Gambar 4. 5 Akun <i>Instagram</i>	53
Gambar 4. 6 akun Gojek (penjualan <i>online</i>)	54
Gambar 4. 7 Kemasan Hard box	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Company Profile</i>	64
Lampiran 2 NIB (Nomor Induk Berusaha)	67
Lampiran 3 Sertifikasi Halal MUI	69
Lampiran 4 Dokumentasi Foto.....	71
Lampiran 5 Cek Turnitin.....	73



INTISARI

Desserts merupakan makanan penutup dan biasanya disajikan sebagai makanan ringan seperti es krim pudding atau sup yang manis. Seiring perkembangannya produk desserts di Indonesia, desserts tidak lagi hanya dimakan sebagai makanan penutup tapi juga dapat dikonsumsi sebagai makanan selingan, hal ini dibuktikan dengan banyaknya restoran dan *caffe* yang menyediakan desserts sebagai menu pelengkap. Munculnya perkembangan usaha kuliner yang terjadi dan perubahan hidup konsumen juga memunculkan persaingan antar para pelaku bisnis restoran. Perusahaan dituntut untuk mempunyai kemampuan dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat bertahan dan unggul dalam persaingan, hal ini akan berujung pada tercapainya tujuan perusahaan. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis strategi pemasaran yang digunakan Royal *Desserts* dalam meningkatkan pendapatan. Dalam menjalankan usaha tersebut penulis mengacu kepada teori Bauran Komunikasi Pemasaran (*marketing mix strategi*). Untuk mengetahui kelemahan dan kekuatan dari usaha Royal *Desserts* penulis menggunakan analisis SWOT berdasarkan proses usaha yang terjadi di lapangan. Dalam menjalankan usaha strategi pemasaran sangat dibutuhkan dalam membangun, meningkatkan dan mengembangkan usaha. Apabila pelanggan atau konsumen puas dengan kualitas yang diberikan perusahaan, mereka biasanya akan melakukan pembelian secara berulang dan melakukan promosi word of mouth kepada anggota keluarga atau rekan mereka. Inilah sebabnya mengapa pelaku usaha harus memikirkan pentingnya strategi dalam menjalankan usaha mereka.

Kata kunci : Strategi, Strategi Komunikasi Pemasaran, Desserts

ABSTRAK

Desserts are desserts typically served as light meals, such as ice cream, pudding, or sweet soups. Along with the development of dessert products in Indonesia, desserts are no longer consumed solely as a dessert but can also be enjoyed as a snack. This is evidenced by the increasing number of restaurants and cafes offering desserts as complementary menu items. The rise of culinary business development and changes in consumer lifestyles have led to competition among restaurant business owners. Companies are required to have the capability to determine the right marketing strategies to survive and excel in the competition, which ultimately leads to achieving the company's goals. The purpose of this study is to analyze the marketing strategies used by Royal Desserts to increase revenue. In carrying out this effort, the author refers to the theory of Marketing Communication Mix (marketing mix strategy). To identify the strengths and weaknesses of Royal Desserts, the author uses SWOT analysis based on the business processes observed in the field. In running a business, marketing strategies are essential for building, enhancing, and expanding the business. If customers are satisfied with the quality provided by the company, they are likely to make repeat purchases and engage in word-of-mouth promotion to family members or colleagues. This highlights the importance of business owners considering effective strategies in managing their ventures.

Keywords: Strategy, Marketing Communication Strategy, Desserts