



**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT PADA
KEDUNG COFFEE KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh :

TRIA BELLA

201711330

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2021**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT PADA KEDUNG COFFEE
KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, Agustus 2021

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



(Dina Lusianti, SE, MM, AAK)
NIDN. 0630098401

Pembimbing I



(Dr. Drs. Ag. Sunarno H. S.H., S.Pd., M.M.)
NIDK. 0026065516

Mengetahui,
Plt Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Dr. Dra. Sulistyowati, S.H., C.N)
NIDN. 0607076401

Pembimbing II



(Mia Ajeng AlfiAna, S.E., M.B.A.)
NIDN. 0601058303

MOTTO

Jangan katakan pada Allah “Aku punya masalah yang besar”.

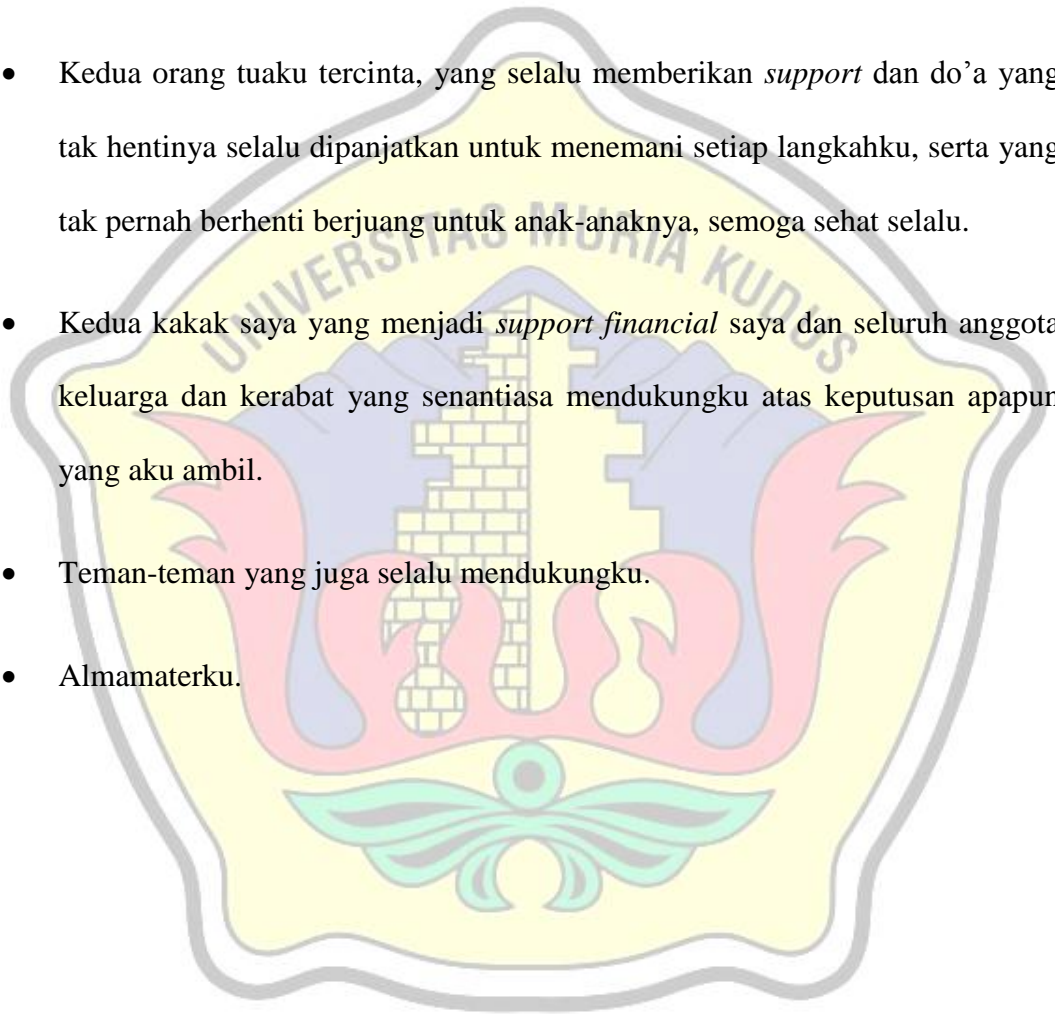
*Tetapi katakan pada masalah bahwa “Aku punya Allah Yang Maha
Besar”*



PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini ku persembahkan sebagai wujud rasa syukur :

- Kehadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala atas rahmat-Nya dan karunia-Nya yang dilimpahkan kepada penulis.
- Kedua orang tuaku tercinta, yang selalu memberikan *support* dan do'a yang tak hentinya selalu dipanjatkan untuk menemani setiap langkahku, serta yang tak pernah berhenti berjuang untuk anak-anaknya, semoga sehat selalu.
- Kedua kakak saya yang menjadi *support financial* saya dan seluruh anggota keluarga dan kerabat yang senantiasa mendukungku atas keputusan apapun yang aku ambil.
- Teman-teman yang juga selalu mendukungku.
- Almamaterku.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin. Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala, yang telah melimpahkan rahmat, karunia, pertolongan dan hidayah-Nya, sehingga karya sederhana ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penyelesaian skripsi ini merupakan kewajiban penulis sebagai tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Muria Kudus. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, maka pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono., M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Dra. Sulistyowati, S.H., C.N. selaku Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memfasilitasi penulis menempuh pendidikan di Universitas Muria Kudus.
3. Dina Lusianti, SE, MM, AAK selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH, S.Pd, MM, selaku dosen pembimbing pertama yang selalu meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan serta memberikan saran-saran selama penyusunan skripsi.

5. Mia Ajeng Alifiana, SE, MBA, selaku dosen pembimbing kedua yang selalu bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, serta memberikan masukan kepada penulis.
6. Seluruh dosen dan staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ilmu, motivasi, dan teladan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
7. Pengelola dan karyawan Kedung Coffee kudu dan seluruh responden penelitian yaitu konsumen Kedung Coffee Kudus yang berpartisipasi.
8. Kedua orang tua yang telah memberikan dorongan dan do'a sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman dan semuanya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas do'a dan semangatnya.

Semoga segala bantuan dan dukungan tersebut mendapat limpahan balasan dari Tuhan Yang Maha Esa.

Kudus, Agustus 2021

Penulis,



Tria Bella

NIM. 201711330

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT PADA KEDUNG COFFEE KUDUS

Tria Bella
201711330

Pembimbing : 1. Dr. Drs. Ag Sunarno H, SH, S.Pd, MM
2. Mia Ajeng Alifiana, SE, MBA

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis tentang strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan menggunakan analisis SWOT, yang mana objek penelitiannya yaitu Kedung Coffee Kudus. Responden pada penelitian ini berjumlah 109 yang terdiri dari 100 konsumen dan 9 pengelola serta karyawan. Data penelitian yang digunakan merupakan data primer dengan cara menyebar kuesioner. Metode pengambilan sampel menggunakan *Teknik Accidental Sampling* dengan SPSS sebagai alat pengolahan datanya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, yang pertama, Faktor lingkungan internal meliputi produk, promosi harga dan distribusi yang mempengaruhi strategi pertumbuhan Kedung Coffee Kudus terdiri dari faktor kekuatan dan kelemahan. Dan untuk faktor eksternal meliputi lingkungan industri dan lingkungan makro yang mempengaruhi strategi pertumbuhan Kedung Coffee Kudus terdiri dari faktor peluang dan ancaman. Yang kedua, Hasil Analisis SWOT menunjukkan bahwa Kedung Coffee Kudus berada pada Kuadran I, hal tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan dimana perusahaan memiliki peluang dan kekuatan yang sangat baik. dan yang ketiga, Dari yang telah saya analisis bahwasannya Kedung Coffee Kudus ini masih menggunakan strategi pemasaran yang masih sederhana yaitu dalam manajemen bisnisnya masih belum terarah dan berstruktur dengan baik. Itu yang akan menjadikan kedai kopi ini sulit untuk bersaing dengan kedai kopi lainnya terutama di Kota Kudus.

Kata kunci: Startegi Pemasaran, Lingkungan internal dan eksternal, analisis SWOT

**MARKETING STRATEGY ANALYSIS TO INCREASE SALES VOLUME
USING SWOT ANALYSIS AT KEDUNG COFFEE KUDUS**

Tria Bella
201711330

Pembimbing : 1. Dr. Drs. Ag Sunarno H, SH, S.Pd, MM
2. Mia Ajeng Alifiana, SE, MBA

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

ABSTRACT

This study analyzes the marketing strategy to increase sales volume using SWOT analysis, in which the object of research is Kedung Coffee Kudus. Respondents in this study amounted to 109 consisting of 100 consumers and 9 managers and employees. The research data used are primary data by distributing questionnaires. The sampling method used the Accidental Sampling Technique with SPSS as a data processing tool. The results of this study indicate that, first, the internal environmental factors including product, price promotion and distribution that affect the growth strategy of Kedung Coffee Kudus consist of strengths and weaknesses. And for external factors include the industrial environment and the macro environment that affects the growth strategy of Kedung Coffee Kudus consists of opportunities and threats. Second, the results of the SWOT analysis show that Kedung Coffee Kudus is in Quadrant I, this is a very profitable situation where the company has excellent opportunities and strengths. and third, from what I have analyzed that Kedung Coffee Kudus is still using a simple marketing strategy, namely in its business management it is still not well structured and structured. That's what will make this coffee shop difficult to compete with other coffee shops, especially in Kudus City.

Keywords: Marketing Strategy, Internal and external environment, SWOT analysis.

DAFTAR ISI

MOTTO	ii
PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	8
Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah:	8
1.3 Perumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Strategi Pemasaran	11
2.2 Volume Penjualan	22
2.3 Analisis SWOT.....	24
2.4 Tinjauan Penelitian Terdahulu	31
2.5 Kerangka Pemikir Teoritis	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Rancangan Penelitian	38
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	38
3.3 Jenis dan Sumber Data	45
3.4 Populasi dan Sampel	45
3.5 Pengumpulan Data	47
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	48
3.7 Pengolahan Data.....	49
3.8 Analisis Data	51

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Hasil Penelitian.....	57
4.2 Penyajian Data.....	59
4.3 Analisis Data	68
4.4 Pembahasan	85
BAB V PENUTUP	98
5.1 Kesimpulan.....	98
DAFTAR PUSTAKA	100
Lampiran	104



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Pengunjung kedung Coffee Kudus 2021	4
Tabel 2.1 Matrik SWOT	30
Tabel 3.1 Matrik E-I.....	54
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Reponden (konsumen	60
Tabel 4.2 Jenis Kelamin responden (Karyawan dan Pengelola Kedung Coffee Kudus)	60
Tabel 4.3 Usia Reponden (Konsumen)	61
Tabel 4.4 Usia Reponden (Karyawan dan Pengelola Kedung Coffee Kudus)	61
Tabel 4.5 Pekerjaan Responden (Konsumen)	62
Tabel 4.6 Pekerjaan Responden (Karyawan dan Pengelola Kedung Coffee Kudus)	62
Tabel 4.7 Pengalaman Pembelian Reponden Dalam Sebulan	63
Tabel 4.8 Deskripsi Responden Terhadap Produk	64
Tabel 4.9 Deskripsi Responden Terhadap Promosi	65
Tabel 4.10 Deskripsi Responden Terhadap Harga	66
Tabel 4.11 Deskripsi Responden Terhadap Distribusi	67
Tabel 4.12 Deskripsi Responden Terhadap Lingkungan Eksternal	68
Tabel 4.13 Hasil Statistik Dekriptif Variabel Internal	69
Tabel 4.14 Hasil Statistik Dekriptif Variabel Eksternal	69
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel Produk	70
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	71
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	71
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Variabel Distribusi	71
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Variabel Eksternal	72
Tabel 4.20 Uji Reliabilitas Variabel Internal dan Eksternal pada Kedung Coffee Kudus	72
Tabel 4.21 Matrik IFAS (Internal Factor Analysis Summary)	75

Tabel 4.22 Matrik EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)78
Tabel 4.23 Matrik E-I Kedung Coffee Kudus.....79
Tabel 4.24 Matrik SWOT80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gambar Grafik Pengunjung Bulan April Minggu ke-1 (2021)	5
Gambar2.1 Identifikasi Lingkungan Eksternal dan Internal	37
Gambar 2.2 Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedung Coffee Kudus	35
Gambar 3.1 Matrik SWOT.....	55

