

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Kedai Kopi Dalam Meningkatkan Omset Penjualan (Studi Kasus Pada Onderan Kalidawir Kabupaten Tulungagung)” yang ditulis oleh Ikke Rahayu Widyaningrum dengan pembimbing Nurul Fitri Ismayanti, S.E., M.E.I.

Penelitian ini berlatang belakang oleh masalah usaha yang dihadapi dalam meningkatkan usaha kedai kopi, seperti yang dilakukan Kedai Kopi Onderan Kalidawir yang menggunakan strategi. Hal ini karena usaha di bidang *food and beverage* mempunyai prospek yang cukup menjanjikan. Salah satu usaha kedai kopi saat ini berkembang pesat di daerah Kalidawir Kabupaten Tulungagung, untuk itu penulis memilih Kedai Kopi Onderan Kalidawir sebagai tempat dilakukannya penelitian ini.

Penelitian ini mengangkat masalah yang dirumuskan sebagai berikut, (1) Bagaimana Strategi Pemasaran Onderan Kalidawir dalam meningkatkan omset penjualan dengan menggunakan strategi *marketing mix* meliputi strategi produk, harga, promosi, tempat, orang, proses serta bukti fisik, dan (2) Apa saja kendala yang dihadapi oleh Kedai Kopi Onderan Kalidawir serta solusi yang diberikan dalam menghadapi kendala tersebut.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sampel yang digunakan penelitian ini adalah pemilik, karyawan dan pengunjung dari *Onderan Kalidawir* dengan jumlah yang sudah ditentukan. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, adapun metode yang digunakan adalah menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun data sekunder yang penulis gunakan merupakan dengan data yang diperoleh secara tak langsung atau melalui sumber lain yang sudah tersedia sebelum penulis melakukan penelitian, yaitu melalui buku, jurnal dan sumber yang lainnya.

Hasil dari penelitian kedai kopi *Onderan Kalidawir* menunjukkan bahwa: (1) Strategi Pemasaran di Onderan Kalidawir mampu meningkatkan omset penjualan usahanya. Dari 7 unsur strategi *Marketing Mix* mempunyai 2 unsur yang sangat berpengaruh yaitu, strategi harga dan bukti fisik. Strategi pemasaran dalam meningkatkan omset penjualan tersebut terbukti dengan produk yang ditawarkan kepada pelanggan yang beragam dan berkualitas, harga yang diberikan juga relatif murah sesuai dengan kantong pelajar, serta bukti fisiknya seperti suasana yang diberikan kepada konsumen membuat konsumen merasa nyaman dan asri karena bangunan yang dimanfaatkan merupakan bangunan lama/rumah joglo yang ada bale nya. (2) Kendala yang dihadapi Onderan Kalidawir yakni, a) modal usaha yang terbatas untuk mengembangkan fasilitas penunjang yang ada, b) menu makanan yang ditawarkan kurang bervariasi karena keterbatasan pembuatan, c) promosi kepada pengunjung seperti tidak memberikan diskon atau promo kepada para pelanggan tetap yang hampir setiap hari datang ke Onderan Kalidawir. Sehingga, solusi dalam mengatasi kendala yang dihadapi oleh Onderan Kalidawir yaitu, a) melakukan pembangunan bertahap menggunakan dana yang disisihkan dari pendapatan setiap bulan agar pengunjung merasa nyaman dan berkunjung kembali, b) dengan mengajak salah satu warung yang ada di dekat Onderan Kalidawir bekerjasama, c) dengan mengevaluasi kesalahan, memberikan diskon kepada pengunjung tetap sehingga mereka dapat memberitahu kepada teman mereka atau promosi.

**Kata kunci : Kedai Kopi, Strategi Pemasaran, *Marketing Mix*, Kendala, Solusi.**

## **ABSTRACT**

*This thesis entitled "Coffee Shop Marketing Strategy in Increasing Sales Turnover (Case Study on Onderan Kalidawir, Tulungagung Regency)" written by Ikke Rahayu Widyaningrum with supervisor Nurul Fitri Ismayanti, S.E., M.E.I.*

*This research is based on the business problems faced in improving the coffee shop business, as done by the Onderan Kalidawir Coffee Shop which uses a strategy. This is because businesses in the food and beverage sector have promising prospects. One of the coffee shop businesses is currently growing rapidly in the Kalidawir area of Tulungagung Regency, for this reason, the author chose the Onderan Kalidawir Coffee Shop as the place where this research was carried out.*

*This research raises the problems formulated as follows, (1) How the Onderan Kalidawir Marketing Strategy in increasing sales turnover using a marketing mix strategy includes product strategies, prices, promotions, places, people, processes and physical evidence, and (2) What are the obstacles faced by the Onderan Kalidawir Coffee Shop and the solutions provided in facing these obstacles.*

*The results of research from Onderan Kalidawir coffee shop show that: (1) Marketing Strategy in Onderan Kalidawir is able to increase the sales turnover of its business. Of the 7 elements of the Marketing Mix strategy, there are 2 elements that are very influential, namely, the pricing strategy and physical evidence. The marketing strategy in increasing sales turnover is proven by the products offered to customers that are diverse and quality, the prices given are also relatively cheap according to the pockets of students, and the physical evidence such as the atmosphere given to consumers makes consumers feel comfortable and beautiful because the buildings used are old buildings / joglo houses that have bale. (2) The obstacles faced by Onderan Kalidawir are, a) limited business capital to develop existing supporting facilities, b) the food menu offered is less varied due to manufacturing limitations, c) promotions to visitors such as not providing discounts or promos to regular customers who almost every day come to Onderan Kalidawir. Thus, the solution in overcoming the obstacles faced by Onderan Kalidawir is, a) conducting phased development using funds set aside from income every month so that visitors feel comfortable and visit again, b) by inviting one of the stalls near Onderan Kalidawir to cooperate, c) by evaluating mistakes, providing discounts to regular visitors so that they can notify their friends or promotions.*

**Keywords : Coffee Shop, Marketing Strategy, Marketing Mix, Constraints, Solutions.**