

SKRIPSI
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK
**MENINGKATKAN PENJUALAN PADA “*TIMUR TERASING*
COFFEESHOP”**



Disusun Oleh:

Nama : Rifgi Muchammad Alwan

NIM : 2113056

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI S-1
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
2025

LEMBAR PENGESAHAN

**Analisis Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Pada
"Timur Terasing Coffeeshop"**

**SKRIPSI
TEKNIK INDUSTRI S-1**

Skripsi ini telah direvisi dan disetujui oleh dosen pembimbing pada 08 Agustus 2025
Ditujukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Teknik

Nama : Rifgi Muchammad Alwan

NIM : 21.13.056

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing :

Dosen Pembimbing I



(Sanny Andjar Sari, ST., MT)

NIP. Y. 103. 010. 0366

Dosen Pembimbing II



(Mariza Kertaningtyas, ST. MT)

NIP. Y. 103.150.0494

Mengetahui

Ketua Prodi Teknik Industri S-1



(Dr. Ir. Iftitah Ruwana, MT)

NIP. Y. 103.920.0236

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI S-1
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG**

2025



PERKUMPULAN PENGELOLA PENDIDIKAN UMUM DAN TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER TEKNIK

ISERO) MALANG
AGA MALANG

Kampus I : Jl. Bendungan Sigura-gura No. 2 Telp. (0341) 551431 (Hunting), Fax. (0341) 553015 Malang 65145
Kampus II : Jl. Raya Karanglo, Km 2 Telp. (0341) 417636 Fax. (0341) 417634 Malang

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI**

NAMA : RIFGI MUCHAMMAD ALWAN

NIM : 2113056

JURUSAN: TEKNIK INDUSTRI S-1

JUDUL : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA TIMER TERASING COFFEESHOP

Diperhatikan di hadapan Tim Penguji Skripsi Jenjang Program Strata Satu (S-1)

Pada Hari : SENIN

Tanggal : 21 JULI 2025

Dengan Nilai : 75.5 (B+)

PANITIA UJIAN SKRIPSI

KETUA

Dr. Ir. Ifitah Ruwana, MT

NIP.Y.1039200236

SEKRETARIS

Emmalia Adriantantri, ST.MM

NIP.P. 1030400401

ANGGOTA PENGUJI

PENGUJI I,

Dr. Prima Vitasari, S.IP.MPd

NIP.P.1031200464

PENGUJI II,

Emmalia Adriantantri, ST.MM

NIP.P.1030400401

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan kasih karunia-Nya yang memberikan kesehatan dan kesempatan pada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Dalam menyelesaikan skripsi ini banyak kendala yang dihadapi peneliti dan dapat diselesaikan berkat bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang akhirnya penulisan ini dapat diselesaikan sebagaimana adanya. Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Kepada Allah SWT yang selalu dengan segala rahmat serta karunia-Nya yang memberikan kemudahan, kekuatan, dan kelancaran bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua Orang Tua saya, Saudara Kandung yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan dan semangat serta motivasi dalam hidup saya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini dan pendidikan saya.
3. Sanny Andjar Sari,ST.MT dan Mariza Kertaningtyas,ST.MT selaku dosen pembimbing saya yang selalu memberikan masukan dan mengarahkan saya dalam menyelesaikan laporan penelitian ini;
4. Dr. Ir. Iftitah Ruwana, MT selaku Ketua Program Studi Teknik Industri S-1, Institut Teknologi Nasional Malang.
5. Teman teman seangkatan dan teman teman Kerja yang selalu memberikan masukan, semangat, motivasi, dan dukungan dalam hidup saya maupun dalam perkuliahan hingga saya dapat menyelesaikan penelitian saya; Penulis mengharapkan saran dan kritik yang dapat membangun untuk memperbaiki kekurangan dalam penyusunan laporan Tugas Akhir. Semoga dapat memberikan manfaat kepada kita semua, khususnya bagi Program Studi Teknik Industri S-1 Institut Teknologi Nasional Malang

Malang, Juli 2025

(Rifgi Muchammad Alwan)

LEMBAR ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya dan berdasarkan hasil penelusuran berbagai karya ilmiah, gagasan, dan masalah ilmiah yang diteliti dan diulas di dalam Naskah Skripsi ini adalah asli dari pemikiran saya, tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi ini dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, 11 Agustus 2025

Mahasiswa,



Rifgi Much Alwan

NIM 2113056

ABSTRAK

Rifgi Muchammad Alwan, Program Studi Teknik Industri S-1, Fakultas Teknologi Industri Institut Teknologi Nasional Malang, Juli 2024 Analisis Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Pada “Timur Terasing *Coffeeshop*”. Dosen Pembimbing : Sanny Andjar Sari,ST.MT dan Mariza Kertaningtyas,ST.MT

Timur Terasing *Coffeeshop* sebagai pelaku UMKM di bidang F&B menghadapi tantangan dalam memaksimalkan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan. Meskipun telah memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan TikTok, penjualan selama periode November 2024 hingga Maret 2025 belum mencapai target yang ditetapkan. Permasalahan utama terletak pada ketergantungan pada satu jenis konten dan kurangnya diversifikasi platform digital, yang menghambat jangkauan dan keterlibatan audiens secara optimal.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis SWOT dan STP. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada 84 responden yang telah mengunjungi *coffeeshop*. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, sedangkan STP digunakan untuk menentukan segmentasi pasar, target konsumen utama, dan positioning brand. Pengolahan data dilakukan melalui perhitungan bobot dan skor tertimbang guna menyusun strategi pemasaran digital yang tepat.

Hasil analisis menunjukkan bahwa Timur Terasing berada pada kuadran strategi bertumbuh dengan kekuatan internal sedang namun menghadapi ancaman eksternal yang tinggi. Strategi yang disarankan adalah memperkuat branding melalui konten kreatif di TikTok dan Instagram, meningkatkan variasi menu, serta menjalin kemitraan dengan platform pesan antar. Pendekatan STP menyasar konsumen usia 18–30 tahun yang aktif di media sosial. Dengan strategi yang adaptif dan multi-platform, diharapkan *coffeeshop* dapat meningkatkan engagement digital dan pencapaian target penjualan secara berkelanjutan.

Kata kunci: *pemasaran digital, analisis SWOT, strategi STP*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir sebagai salah satu persyaratan akademik dalam menyelesaikan Program Studi Teknik Industri S-1 di Institut Teknologi Nasional Malang. Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penulis telah banyak mendapatkan bimbingan dan saran dari berbagai pihak yang membantu dalam penulisannya.

Maka dari itu penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada yang terhormat :

1. Awan Uji Krismanto, S.T., M.T., Ph.D. selaku Rektor Institut Teknologi Nasional Malang.
2. Dr. Eng. I Komang Somawirata, S.T., M.T. selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional Malang.
3. Dr. Ir. Iftitah Ruwana, M.T. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri S-1.
4. Emmalia Andriantantri, S.T., M.M. selaku Sekretaris Program Studi Teknik Industri S-1.
5. Sanny Andjar Sari, ST.MT. selaku Dosen Pembimbing I.
6. Mariza Kertaningtyas, ST.MT selaku Dosen Pembimbing II.
7. Pemilik *Coffeeshop* Timur Terasing dan seluruh karyawan yang telah membantu penulis dalam melaksanakan penelitian untuk Tugas Akhir.
8. Kedua orang tua dan seluruh keluarga penulis atas doa, dukungan dan motivasi yang telah diberikan selama penyusunan Tugas Akhir.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut memberikan banyak bantuan dan semangat selama penyusunan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini belum sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan kritis dan saran yang membangun. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca.

Malang, Juli 2025

Penulis

(Rifgi Muchammad Alwan)

DAFTAR ISI

UCAPAN TERIMA KASIH	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI... Error! Bookmark not defined.	
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kerangka Berpikir.....	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.2 Teori Segmenting, Targeting, Positioning (STP)	9
2.3 Teori Analisis SWOT	9
2.3.1 Fungsi, Manfaat, Tujuan Analisis SWOT	9
2.3.2 Faktor-faktor Analisis SWOT.....	11
2.3.3 Dasar-dasar segmentasi	13
2.3.4 Target pasar.....	14
2.3.5 Pola Penentuan Target Pasar.....	15
2.3.6 Posisi Pasar	16

2.3.7	Strategi Penentuan Posisi Pasar	17
2.4	Penelitian Terdahulu.....	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		23
3.1	Jenis Penelitian.....	23
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian.....	23
3.3	Objek Penelitian	23
3.4	Variabel Penelitian	23
3.5	Instrumen Penelitian.....	24
3.6	Teknik Pengumpulan Data	24
3.7	Populasi dan Sampel	25
3.8	Data Primer	25
3.9	Data Sekunder	26
3.10	Pengolahan Data.....	26
3.10.1	Analisis SWOT	26
3.10.2	Analisis STP.....	27
3.10.3	Perhitungan Matriks IFAS dan EFAS	27
3.11	Diagram Alir Penelitian.....	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		30
4.1	Profile Perusahaan	30
4.2	Pengumpulan Data.....	31
4.2.1	Penetapan Jumlah Responden Berdasarkan Pelanggan Loyal ..	31
4.2.2	Data Penjualan	32
4.2.3	Data Insight Instagram (Januari–Maret 2025).....	32
4.2.4	Pengumpulan Data Penyebaran Kuisisioner	33
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	35
4.4	Pengujian SWOT.....	36

4.4.1	Matriks IFAS	37
4.4.2	Matriks EFAS	40
4.4.3	Pemetaan Matriks Internal-Eksternal	42
4.5	Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP)	44
4.5.1	Segmenting (Segmentasi Pasar)	45
4.5.2	Targeting (Penentuan Target Pasar)	45
4.5.3	Positioning (Penentuan Posisi Brand)	45
4.5.1	Implikasi Strategi STP.....	46
4.5.5	Bukti Akun TikTok Timur Terasing Coffeeshop.....	50
BAB V PENUTUP.....		51
5.1	Kesimpulan	51
5.1	Saran.....	51
5.2	Hasil IE Matrix.....	52
5.4	Strategi STP.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....		54
LAMPIRAN.....		56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Instagram Timur Terasing	3
Gambar 1. 2 Kerangka Berpikir Penelitian	7
Gambar 3. 1 Bagan Diagram Alir Penelitian	29
Gambar 4. 1 IE Matrix	43
Gambar 4. 2 Tiktok Timur Terasing.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Periode November 2024-Maret 2025	2
Tabel 1. 2 Data Views Instagram	2
Tabel 4. 2 Pertanyaan Kuisisioner	34
Tabel 4. 3 Uji Validitas.....	35
Tabel 4. 4 Matriks Faktir Strategi Internal.....	39
Tabel 4. 5 Tabel Matriks EFAS	41
Tabel 4. 9 STP Canvas Timur Terasing Coffee Shop.....	49