

**ANALISIS STRATEGI PENJUALAN KOPI *ROAST BEAN*
MENGUNAKAN METODE *MARKETING MIX 7P*
(STUDI KASUS UKM KOPITALIZM)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana teknik industri



Disusun oleh :

Nama :Rima Ngindia

NIM : 1713036

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI S1
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG**

2021

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS STRATEGI PENJUALAN KOPI *ROAST BEAN*
MENGUNAKAN METODE *MARKETING MIX 7P*
(STUDI KASUS UKM KOPITALIZM)**

SKRIPSI

TEKNIK INDUSTRI S-1

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

Nama : Rima Ngindia

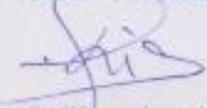
NIM : 1713036

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing

Dosen Pembimbing I


(Dr. Prima Vitasari, S.IP.,MPd)

Dosen Pembimbing II


(Ir. Kiswandono, MM)



Mengetahui
Ketua Program Studi Teknik Industri S-1


(Ir. Thomas Priyasmanto, M.Kes)

NIP. 1018800180



PT. BNI (PERSERO) MALANG
BANK NIAGA MALANG

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

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

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**

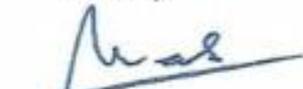
NAMA : RIMA NGINDIA
NIM : 17 13 036
JURUSAN : TEKNIK INDUSTRI S-I
JUDUL : ANALISIS STRATEGI PENJUALAN KOPI ROAST BEAN MENGGUNAKAN METODE MARKETING MIX 7P (STUDI KASUS UKM KOPITALIZM)

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

Pada Hari : Kamis
Tanggal : 1/21/2021
Dengan Nilai : 78,14 (B+)

PANITIA UJIAN SKRIPSI

KETUA,


Ir. Thomas Priyasmanu, MKes
NIP. Y. 1018800180

SEKRETARIS


Emmalia Adriantantri, ST,MM
NIP.P. 1030400401

ANGGOTA PENGUJI

PENGUJI I,


Dr. Ir. Nelly Budiharti, MSIE
NIP.Y.1039000213

PENGUJI II,


Emmalia Adriantantri, ST,MM
NIP.P.1030400401



PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya 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 yang 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 dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, 2020

Mahasiswa,



10000
METERAI
TEMPEL
F07AJXD14003154

Alma Ngindia

NIM. 1713036

ABSTRAK

Rima Ngindia , Program Studi Teknik Industri S-1 , Fakultas Teknologi Industri Institut Teknologi Nasional Malang , Januari 2021 , *Analisis Strategi Penjualan Kopi Roast Bean Menggunakan Metode Marketing Mix 7p (Studi Kasus UKM Kopitalizm)*. Dosen Pembimbing : Prima Vitasari dan Kiswandono

Kopi *Roasted Bean* adalah produk yang dihasilkan oleh UKM Kopitalizm dimana kopi *Roasted Bean* merupakan bahan baku minuman yang berbasis kopi. UKM memiliki masalah penurunan dalam Penjualan kopi *Roast Bean*. Dimana target penjualan dari bulan Januari sampai September 2020 belum ada yang tercapai, yaitu dengan target penjualan setiap bulannya sebesar 1000 Kilogram atau 1 Ton dan yang tercapai rata-rata hanya 327 Kilogram per bulannya. Dalam hal ini UKM Kopitalizm harus memperbaiki proses pemasaran menggunakan *Marketing Mix 7P* untuk dapat meningkatkan penjualan mencapai target yang telah ditetapkan.

Penelitian ini menggunakan metode *Marketing Mix 7p*. Penelitian dilakukan dengan cara melakukan wawancara terhadap konsumen setia dan pemilik beserta karyawan UKM Kopitalizm. Pertanyaan wawancara meliputi 7 Variabel Marketing Mix yaitu *price, product, place, promotion, people, process, Physical evidence*. Dari hasil wawancara akan diketahui variabel apa yang memiliki banyak keluhan dan masalah. Kemudian variabel yang memiliki masalah akan diolah menggunakan diagram *Fishbone* dan dilanjutkan dengan diagram Pareto.

Berdasarkan hasil penelitian, variabel yang memiliki banyak masalah adalah variabel promosi. Berdasarkan pengolahan menggunakan diagram fishbone maka diketahui bahwa ada 8 akar masalah yaitu : Pengenalan *roastery* hanya terbatas dari teman ke teman dan komunitas, UKM tidak pernah memberikan potongan harga, sistem pemasaran tidak termanajemen dengan baik, kurang mengerti cara mengelola medsos, UKM belum memahami *digital marketing*, belum ada sistem *delivery order*, UKM belum fokus pada penjualan online, karyawan kurang memahami konsep *market mix 4p*. Kemudian dari hasil pengolahan data dengan diagram pareto dapat diketahui skala prioritas masalah yang harus segera diselesaikan adalah jarang memberikan potongan harga. Hal ini menjadi masalah yang paling dominan dari masalah-masalah lain. Sehingga UKM harus segera memperbaiki sistem promosi dengan salah satunya memberikan potongan harga secara berkala.

Kata Kunci : *Marketing Mix, Fishbone Diagram, Pareto Diagram*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat dan hidayah-Nya, sehingga dapat diselesaikannya skripsi ini yang berjudul “Analisis Strategi Penjualan Kopi *Roast Bean* Dengan Metode *Marketing Mix 7p* (Studi Kasus UKM Kopitalizm)”. Skripsi ini yang merupakan salah satu persyaratan akademik dalam menyelesaikan program studi di Teknik Industri S-1, Institut Teknologi Nasional Malang.

Terselesaikannya skripsi ini tentunya tidak lepas dari adanya bantuan dan dorongan dari semua pihak. Oleh karena itu diucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Ir. Kustamar, MT. Selaku Rektor Institut Teknologi Nasional Malang
2. Dr. Ellysa Nursanti, ST., MT. Selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Institut Teknologi Nasional Malang.
3. Ir. Thomas Priyasmanu, M. Kes. Selaku Ketua Prodi Teknik Industri S-1 Institut Teknologi Nasional Malang.
4. Emmalia Adriantantri, ST., MM. Selaku Sekretaris Prodi Teknik Industri S-1 Institut Teknologi Nasional Malang.
5. J.R. Heksa Galuh Wicaksono, ST, MT. Selaku dosen Wali.
6. Ir Kiswandono, MM. selaku dosen pembimbing 2
7. Dr. Prima Vitasari, S.IP.,MPd Selaku dosen pembimbing 1.
8. Para Karyawan UKM Kopitalizm
9. Kedua orang tuaku, Bapak dan Ibuk yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Rekan-rekan sesama skripsi yang saling memberikan semangat dan bantuan selama pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini.
11. Teman-teman Teknik Industri angkatan 2017 dan Sahabat-sahabat terdekatku yang selalu memberikan semangat dan telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Teman-teman HMI Cabang Malang terkhusus rekan-rekan Komisariat Al-kindi terkasih yang telah menemaniku dalam berproses selama ini.
13. Suamiku Agung Efendy yang selalu memberi dukungan pengarahan dan bimbingan setiap waktu dalam proses menyelesaikan skripsi ini.

14. Semua pihak lain yang tidak sempat disampaikan, terima kasih banyak telah membantu pelaksanaan dan penyelesaian skripsi ini.

Setelah melaksanakan dan menyelesaikan skripsi ini, semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat.

Malang, Februari 2021

Penyusun

Rima Ngindia

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah	7
1.6 Kerangka Berpikir	7
1.7 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Analisis	9
2.2 Strategi	11
2.3 Pengembangan Usaha	13
2.4 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix 4p dan 7p</i>)	15
2.5 <i>Fishbone Diagam</i>	19
2.6 Diagram Pareto	20
2.7 <i>Corona Virus</i>	23
2.8 Penelitian Sebelumnya	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Objek Penelitian	27

3.3	Variabel Penelitian	27
3.4	Populasi Dan Sampel.....	27
3.5	Instrumen Penelitian	28
3.6	Teknik Pengumpulan Data	28
3.7	Teknik Analisis Data	29
3.8	Tahapan Penelitian	30
3.9	Diagram Alir Penelitian.....	32
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		33
4.1	Pengumpulan Data	34
4.2	Pengolahan Data	40
4.3	Pembahasan	47
 BAB V PENUTUP.....		60
5.1	Kesimpulan.....	60
5.2	Saran	60
 DAFTAR PUSTAKA		63
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Kopi Roast Bean Periode Juli 2019-Sept 2020.....	2
Tabel 1.2 Target penjualan, hasil penjualan, dan target belum tercapai pada bulan januari 2020-september 2020 (Kilogram).....	5
Tabel 4.1 Penjualan Kopi Roast Bean Periode Juli 2019 Sampai September 202013	
Tabel 4.2 Data Hasil Wawancara Kepada Konsumen	34
Tabel 4.3 Data Hasil Wawancara Pemilik Dan Pegawai UKM Kopitalizm.....	35
Tabel 4.4 Penjualan Kopi Roast Bean Periode Juli 2019 Sampai September 202041	
Tabel 4.5 Analisis Strategi Pemasaran Hasil Wawancara Terhadap Konsumen..	42
Tabel 4.6 Analisis Strategi Pemasaran Hasil Wawancara Terhadap Pemilik Dan Pegawai UKM Kopitalizm.....	44
Tabel 4.7 Frekuensi Masing-masing Kategori	47
Tabel 4.8 Hasil Analisis Strategi Pemasaran Dalam Bentuk Perbaikan Dan Pengembangan	48
Tabel 4.9 Hasil <i>Root Cause</i> Dan Analisis Strategi Dari <i>Fishbone Diagram</i>	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir.....	7
Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian	32
Gambar 4.1 Fishbone Diagram Dari Variabel Promosi.....	50
Gambar 4.2 Diagram Pareto	53