

**ANALISIS STRATEGI BISNIS “KEKAL COFFEE” DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN**

SCRIPTPRENEUR

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai

Derajat Sarjana Manajemen



Oleh :

Fahreza Adhi Nurcahya

201910160311417

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2024

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI BISNIS "KEKAL COFFEE"
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN**

Oleh:

Fahreza Adhi Nurcahya

201910160311417

Diterima dan disetujui
pada tanggal 28 Desember 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M.

Chalimatuz Sa'diyah, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,

Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI BISNIS "KEKAL COFFEE" DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : **Fahreza Adhi Nurcahya**

NIM : **201910160311417**

Jurusan : **Manajemen**

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 28 Desember 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.





Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : **Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M.**

Pembimbing II : **Chalimatuz Sa'diyah, S.E., M.M.**

Penguji I : **Dr. Nurul Asfiah, M.M.**

Penguji II : **Dra. Sandra Irawati, M.M.**

1. 
2. 
3. 
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,




Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.


Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **Fahreza Adhi Nurcahya**

NIM : **201910160311417**

Program Studi : PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Manajemen Surel :

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Scriptpreneur ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik Sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam Scriptpreneur ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan / sumber acuan, dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar Pustaka, sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Malang, 28 Desember 2024

Yang membuat pernyataan,



Fahreza Adhi Nurcahya

201910160311417

ABSTRACT

This research examines the business strategies implemented by "Kekal Coffee" to increase its sales performance in a highly competitive coffee shop industry. The study focuses on analyzing the company's approach to market positioning, customer loyalty, and the utilization of digital tools for brand promotion. By conducting in-depth interviews with key stakeholders and reviewing company performance data, the research identifies several core strategies, such as product differentiation, targeted promotional activities, and social media engagement, that have contributed to boosting sales. The study reveals that Kekal Coffee's commitment to offering a unique and personalized experience, coupled with efficient operational management, plays a significant role in attracting and retaining customers. Ultimately, the findings emphasize the importance of adapting business strategies to consumer trends and market demands in order to achieve long-term sales growth.

Keywords: *Business strategy, Kekal Coffee, sales growth, market positioning, customer loyalty, digital marketing, coffee shop industry.*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim, Puji syukur yang teramat mendalam saya ucapkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Segala, atas percikan kasih, hidayah, rahmat dan taufiqNya, sehingga Scriptpreneur dengan judul **“ANALISIS STRATEGI BISNIS “KEKAL COFFEE” DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN”**, dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang direncanakan.

Teriring do'a dan sholawat, senantiasa melimpah ke haribaan Muhammad S.A.W., Rasul akhir zaman, penutup Nabi-nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Semoga tumpahan do'a sholawat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada', para mushonnifin, para ulama', dan seluruh umatnya, yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya.

Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ucapan syukur, dalam kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Malang, Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE., M.Si
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang, Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.
3. Ketua Program Studi Dr nurul Asfiah, M.M
4. Bapak/Ibu Dosen Pembimbing, R. Iqbal Robbie, Dr., M.M. dan ibu Chalimatuz Sa'diyah, SE., M.M.
5. Bapak/Ibu Dosen Penguji Dr nurul Asfiah, M.M dan Sandra Irawati Dra
6. Rekan-rekan penulis dan membantu pelaksanaan penelitian
7. Secara khusus, orang tua dan keluarga tercinta

Hanya ungkapan terima kasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan,

semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya, tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Aamiin Yaa Robbal Aallamiin. Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangan, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik yang konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terima kasih.

Malang, 28 Desember 2024

Penulis,

MALANG

DAFTAR ISI

COVER.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRACT.....	ixi
BAB I RINGKASAN BISNIS PLAN	1
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. Tujuan dan Harapan.....	3
C. Analisis SWOT.....	4
D. Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan.....	5
E. Analisis Peluang dan Ancaman	6
F. Menentukan Strategi.....	6
G. Implementasi Strategi.....	8
H. Saran dan Tindak Lanjut.....	8
I. Teori yang Relevan.....	9
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	10
A. Gambaran Umum Perusahaan	10
B. Struktur Organisasi	12
C. Tugas Kerja.....	13
D. Standar Operasioanl Prosedur (SOP).....	15
BAB III SOLUSI MASALAH	18
A. Masalah.....	18
B. Solusi Kami	20
BAB IV SASARAN PASAR	22
A. Ukuran dan Segmen Pasar	22
B. Identifikasi Kekuatan Dan Kelemahan.....	26
C. Analisis Peluang dan Ancaman	27
BAB V KOMPETISI.....	29
A. Alternatif yang digunakan Pembeli Target Saat ini.....	29
B. Keunggulan Kompetitif Kami	29
C. Analisis SWOT.....	30
D. Alur Penelitian.....	32
BAB VI.....	33
A. Produk atau Layanan	33

BAB VII PEMASARAN.....	36
A. Rencana Pemasaran	36
BAB VIII WAKTU DAN METRIK.....	37
A. Linimasa kekal coffe	37
B. Tonggak Sejarah kekal coffe	38
C. Metrik Kinerja Utama.....	39
BAB IX PRAKIRAAN KEUANGAN.....	41
A. Asumsi Utama	41
B. Neraca.....	42
C. Laba Rugi	47
D. NPV	50
E. IRR	51
F. PPH.....	51
G. Payback Periode	52
BAB X PEMBIAYAAN	54
A. Sumber Pendanaan.....	54
B. Penggunaan Pendanaan	54
LAMPIRAN	55
DAFTAR PUSTAKA.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Struktur Organisasi Kekal Coffee.....	2
Gambar 1.2 Standar Operasional Prosedur (SOP) Kekal Coffee.....	15
Gambar 1.3 Alur standart operasional prosedur kekal coffe.....	16
Gambar 4.1 Alur Penelitian.....	31

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, Z. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Ekspor Kopi Arabika Pada CV Yudi Putra* [PhD Thesis, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan]. <http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/5361>
- Amalia, N. R., Yulianti, F., & Kadir, A. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin (Menggunakan Analisis SWOT). *Jurnal Rimba: Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 41–48.
- Fauzani, M., Akramiah, N., & Sutikno, B. (2018). Analisis Swot Dalam Penentuan Strategi Pemasaran Produkpt. Karunia Sentosa Plastik. *Jurnal Ema*, 3(2), 104–117.
- Fatimah, F. N. A. D. (2016). *Teknik analisis SWOT*
- Haryanti, S., Mursito, B., & Sudarwati, S. (2019). Analisis strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan produk batik pada PT. Dinar Hadi Surakarta. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(01). <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/443>
- Kereh, F., Tumbel, A. L., & Loindong, S. S. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Yamaha Mio Pada Pt. Hasjrat Abadi Outlet Yamaha Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/20024>
- Kotler, P dan Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip and Lane Keller. (2017). *Marketing Manajement*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc
- Munadi, F. A., Ekonomi, F., & Gunadarma, U. (2008). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan kendaraan motor pada CV Turangga Mas Motor. *Journal of Economics*, 1–14.
- Rangkuti, Freddy,. (2018) *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Gramedia. Jakarta.
- Ramadhan, R. P., Bela, O. L., & Prasetyo, H. D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Makaroni Kriukzz. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1), 277–281.
- Safitri, Z., El, W., Sitorus, V. P., & Noviyanti, I. (2024). Analisis SWOT terhadap Pengembangan Strategi Bisnis Pada Warung Makan Asyik Desa Balunijuk. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 140–153.
- Safitra, R. (2017). Analisis Pengaruh Strategi Segmenting , Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Nu Green Tea. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 6(1), 28–44.

- Sahir, S. H. et al. (2021) Dasar-Dasar Pemasaran. Yayasan Kita Menulis.
- Sope, A. S. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(2), 87–100.
- Sutanto, S., & Dunan, H. (2023). Analisis Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Kopi Pada Cafe Sweetcup Coffee, Bandar Lampung. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 504–511.
- Widharta, W. P. (2013). Penyusunan strategi dan sistem penjualan dalam rangka meningkatkan penjualan toko damai. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1–15.
- Yuliaty, T., Shafira, C. S., & Akbar, M. R. (2020). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global. *Mbia*, 19(3), 293–308.
- Zebua, D. P. F., Gea, N. E., & Mendrofa, R. N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 1299–1307.



Lembaga Informasi dan Publikasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang
Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 10/2/2025

Kode : 2575863521

Nama : Fahreza Adhi Nurcahya

NIM : 201910160311417

Prodi : Manajemen

Judul Penelitian : Analisis Strategi Bisnis "Kekal Coffee" Dalam Meningkatkan Penjualan

Persentase Plagiasi : 2%

Keterangan : LULUS

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M



Lembaga Informasi dan Publikasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang
Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 10/2/2025

Kode : 2575863521

Nama : Fahreza Adhi Nurcahya

NIM : 201910160311417

Prodi : Manajemen

Judul Penelitian : Analisis Strategi Bisnis "Kekal Coffee" Dalam Meningkatkan Penjualan

Persentase Plagiasi : 2%

Keterangan : LULUS

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M