

**ANALISIS BIAYA PEMASARAN *COFFEE SHOP*  
DI KECAMATAN BANGUNTAPAN KABUPATEN BANTUL**

**SKRIPSI**



**DISUSUN OLEH**

**THEOFILUS SRI HARTOMO**

**21/23077/EP**

**FAKULTAS PERTANIAN  
INSTITUT PERTANIAN STIPER  
YOGYAKARTA**

**2026**

**ANALISIS BIAYA PEMASARAN *COFFEE SHOP*  
DI KECAMATAN BANGUNTAPAN KABUPATEN BANTUL**

**SKRIPSI**



**DISUSUN OLEH**

**THEOFILUS SRI HARTOMO**

**21/23077/EP**

**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN**

**FAKULTAS PERTANIAN**

**INSTITUT PERTANIAN STIPER**

**YOGYAKARTA**

**2026**

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

ANALISIS BIAYA PEMASARAN *COFFEE SHOP*  
DI KECAMATAN BANGUNTAPAN KABUPATEN BANTUL

DISUSUN OLEH  
**THEOFILUS SRI HARTOMO**  
21/23077/EP

Telah dipertanggungjawabkan di depan Dosen Penguji Program Studi Agribisnis,  
Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Stiper Yogyakarta.

Pada tanggal, 13 Maret 2026

Dosen Pembimbing : Dr. Ir. Danang Manumono, M.S. ....

Dosen Penguji : Danik Nurjanah, S.P., M.Sc. ....

Mengetahui

Dekan Fakultas Pertanian



(Dr. Samsuri Tarmadja, MP.)

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi ataupun bersifat plagiarisme. Sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak atau orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 13 Maret 2026



Theofilus Sri Hartomo

## **MOTTO**

“Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia  
yang memberi kekuatan kepadaku.”

(Filipi 4:13)

“Sesungguhnya aku ini adalah hamba Tuhan;  
jadilah padaku menurut perkataan-Mu itu.”

(Lukas 1:38)

*“Ad Maiorem Dei Gloriam.”*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, Bunda Maria, dan Santo Yoseph atas segala berkat, penyertaan, bimbingan, serta kasih karunia yang diberikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Biaya Pemasaran Coffee Shop di Kecamatan Banguntapan Kabupaten Bantul”**. Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, penulis ingin mengucapkan Terima Kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, Bunda Maria, dan Santo Yoseph atas segala berkat, penyertaan, bimbingan, serta kasih karunia yang senantiasa menyertai penulis.
2. Bapak Ir. Y. Irianto, Ibu R. Sri Lestari, Holly, Gendis, Gaby, dan Rafael tercinta yang senantiasa memberikan seluruh dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. *“I wanna thank me for believing in me, i wanna thank me for doing all this hard work, i wanna thank me for having no days off, i wanna thank me for never quitting, i wanna thank me for always being a giver and tryna give more than i receive, i wanna thank me for tryna do more right than wrong, i wanna thank me for just being me at all times”*
4. Bapak Dr. Ir. Danang Manumono, M.S. selaku dosen pembimbing pertama, yang telah memberikan bimbingan, bantuan, saran dan koreksi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Danik Nurjanah, S.P., M.Sc. selaku dosen pembimbing kedua, yang telah memberikan bimbingan, bantuan, saran dan koreksi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Pakde Effendy, Bude Rina, Bude Nuk, Pakde Yatno, Mas Ilmi, Mas Akbar, serta seluruh keluarga besar Hardjo Saguh, yang telah memberikan seluruh dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

7. Simbah Sudarmo, Bude Sri, Pakde Danang, Tante Ririn, serta seluruh keluarga besar Sudarmo, yang telah memberikan seluruh dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Keluarga Besar Tiara Citra, Kontrakan Kyut, Kontrakan Pugeran, Dengkul Kopong, Omah Marale, Sosial Ekonomi Pertanian '21, serta seluruh teman-teman penulis yang senantiasa memberikan dukungan kepada penulis.
9. Seluruh pihak terlibat namun belum disebutkan satu per satu, yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis hanya dapat mendoakan, kiranya Tuhan Yesus Kristus dapat membalas segala bentuk kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dengan senantiasa memberikan berkat serta kasih karunia-Nya bagi kita sekalian.

Yogyakarta, 13 Maret 2026

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>xi</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI</b> .....	<b>6</b>
A. Tinjauan Pustaka .....	6
B. Penelitian Terdahulu.....	16
C. Landasan Teori .....	18
D. Kerangka Pemikiran.....	26
<b>III. METODE PENELITIAN</b> .....	<b>27</b>
A. Metode Dasar Penelitian .....	27
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
C. Metode Penentuan Sampel.....	27
D. Metode Pengambilan Data .....	28
E. Konseptualisasi dan Pengukuran Variabel .....	28
F. Analisis Data .....	30
<b>IV. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b> .....	<b>32</b>
A. Profil Singkat Kecamatan Banguntapan .....	32
B. Keadaan Umum Wilayah Kecamatan Banguntapan .....	33
C. Kondisi Geografis .....	33
D. Kondisi Demografis .....	35
E. Kondisi Sosial Ekonomi.....	37

F. Gambaran Singkat Coffee Shop.....	37
<b>V. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
A. Identitas Umum Sampel.....	45
B. Pemasaran .....	46
C. Biaya yang Dikeluarkan Coffee Shop.....	52
D. Penerimaan dan Pendapatan.....	54
E. Profitabilitas Usaha .....	56
F. Efektivitas Pemasaran .....	57
<b>VI. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>60</b>
A. Kesimpulan .....	60
B. Saran.....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>62</b>
<b>KUESIONER PENELITIAN .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>70</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 4 1 Jumlah, Distribusi, dan Kepadatan Penduduk Kecamatan Banguntapan .....	35
Tabel 4 2 Menu Ailen Coffee & Roastery .....	40
Tabel 5 1 Sampel <i>Coffee Shop</i> .....	45
Tabel 5 2 Penjualan <i>Coffee Shop</i> .....	45
Tabel 5 3 Anggaran Pemasaran .....	47
Tabel 5 4 Aktivitas Pemasaran Tiga Bulan Terakhir .....	48
Tabel 5 5 Rincian Biaya Pemasaran .....	50
Tabel 5 6 Perbandingan Anggaran dan Biaya dalam Satu Bulan Terakhir .....	52
Tabel 5 7 Biaya-biaya <i>Coffee Shop</i> .....	52
Tabel 5 8 Penerimaan .....	54
Tabel 5 9 Pendapatan Bersih .....	55
Tabel 5 10 <i>Net Profit Margin</i> (NPM).....	57
Tabel 5 11 <i>Marketing ROI</i> .....	58

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2 1 Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 4 1 Peta Wilaya Kecamatan Banguntapan.....	34
Gambar 4 2 Piramida Penduduk Kecamatan Banguntapan .....	36

## INTISARI

Perkembangan industri *coffee shop* yang pesat di Kecamatan Banguntapan menciptakan persaingan yang semakin ketat, sehingga pengelolaan biaya pemasaran menjadi aspek yang krusial bagi keberlangsungan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui struktur biaya pemasaran dan menganalisis efektivitas penggunaan biaya pemasaran *coffee shop* di Kecamatan Banguntapan, Kabupaten Bantul. Penelitian dilaksanakan pada Februari 2026 dengan metode deskriptif kuantitatif. Penentuan sampel menggunakan metode *accidental sampling* yang dikategorikan berdasarkan kategori penjualan harian, dengan enam *coffee shop* sebagai sampel yang terbagi dalam kategori rendah, sedang, dan tinggi. Data diperoleh melalui wawancara terstruktur dan observasi langsung. Analisis dilakukan menggunakan perhitungan total biaya pemasaran, *Net Profit Margin* (NPM), dan *Marketing Return on Investment* (*Marketing ROI*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur biaya pemasaran terdiri dari komponen iklan, promosi diskon, dan kerjasama KOL, dengan alokasi anggaran berkisar 5–13% dari total penerimaan. Seluruh sampel mencatat biaya kemasan sebagai biaya produksi dan tidak mengeluarkan biaya tunai untuk penyelenggaraan *event*. Nilai NPM berada pada kisaran 21,9–26,1%, menunjukkan kondisi profitabilitas yang baik. Pengukuran efektivitas menggunakan *Marketing ROI* menunjukkan nilai positif pada seluruh sampel, dengan rentang 114,5% hingga 1.241,7%. Efektivitas biaya pemasaran tidak semata-mata ditentukan oleh besaran anggaran, melainkan juga dipengaruhi oleh faktor lokasi, konsep, dan suasana *coffee shop*.

**Kata Kunci:** Biaya Pemasaran, *Coffee Shop*, Efektivitas Pemasaran, *Marketing Return On Investment*, *Net Profit Margin*