

SKRIPSI
STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS URBANE COFFEE
ROASTER BANJARMASIN DALAM MENINGKATKAN
DAYA SAING



Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada
Program Studi Ilmu Komunikasi

OLEH MUHAMMAD FIKRI HAIKAL

NIM 1810414210034

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT BANJARMASIN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
TAHUN 2025



KEMENTERIAN PENDIDIKAN,
KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. Brigjend H. Hasan Basry Kayutangi Telp. (0511) 3304595 Banjarmasin (70123)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS URBANE COFFEE ROASTER
BANJARMASIN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING**

- A. Nama Mahasiswa : Muhammad Fikri Haikal
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai 77,53 (A-) dalam ujian mempertahankan skripsi
Tingkat Sarjana (S1), Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Lambung Mangkurat, pada 13 Oktober 2025

C. Tim Penguji:

a. Ketua

b. Sarwani, S.Sos., M.Med.Kom
NIP. 197805212008121002

(.....
Sul.....)

c. Sekretaris

Astinana Yulianti, S.S., M.Ikom
NIP. 198907302019032018

(.....
Astina Yulianti.....)

d. Anggota

Bambang Dwi Waluyo, S.IP., M.Si
NIP. 199506252022031008

(.....
Bambang Dwi Waluyo.....)

Banjarmasin, 20 Oktober 2025
Ketua Pembimbing

(.....
Sul.....)

Sarwani, S.Sos., M.Med.Kom
NIP. 197805212008121002

Mengetahui,
FISIP ULM



M. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP. 19730122 199802 1 001

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Fikri Haikal
Tempat, Tanggal Lahir : Banjarmasin, 5 September 1999
NIM : 1810414210034
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik
Alamat : Jl. Kelayan A gang Rahmi RT. 13 No. 44

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa tulisa dan data yang saya muat dalam karya ilmiah skripsi ini bukan merupakan hasil plagiasi dan apabila dikemudian hari ditemukan data yang terindikasi adanya penyimpangan/pemalsuan pada bagian tertentu saya bersedia menerima sanksi dengan perundang-undangan yang berlaku. Demikian lembar pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapa pun juga, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 10 Juni 2025

Mahasiswa yang Bersangkutan,

Muhammad Fikri Haikal

NIM. 181041421003

ABSTRAK

Muhammad Fikri Haikal, 1810414210034, 2025. “Strategi Marketing Public Relations Urbane Coffee Roaster Banjarmasin Dalam Meningkatkan Daya Saing”. Dibawah bimbingan Sarwani.

Meningkatnya dinamika persaingan dalam dunia bisnis menunjukkan bahwa ruang kompetitif, khususnya di sektor makanan dan minuman (*Food and Beverage*), semakin menyempit. Gejala ini tampak dari banyaknya kedai kopi yang bermunculan dan berusaha memenangkan pasar dengan berbagai upaya peningkatan penjualan. Salah satu pelaku usaha yang terdampak oleh kondisi tersebut adalah Urbane Coffee Roaster Banjarmasin yang berlokasi di kawasan Citraland Commercial I Walk. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan untuk menguraikan strategi marketing public relations yang diterapkan oleh Urbane Coffee Roaster Banjarmasin dalam memperkuat daya saingnya di tengah ketatnya kompetisi.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan memanfaatkan data primer dan sekunder sebagai bahan analisis. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara mendalam, dan dokumentasi, yang selanjutnya dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa strategi marketing public relations yang dilaksanakan oleh Urbane Coffee Roaster Banjarmasin tidak hanya berperan dalam mendorong peningkatan penjualan, tetapi juga turut membangun citra merek (*brand awareness*) dan memperkuat daya saingnya di Kota Banjarmasin sebagai kedai kopi yang profesional, inovatif, dan bertanggung jawab. Strategi tersebut diwujudkan melalui perpaduan kegiatan promosi, pendekatan langsung kepada konsumen, serta kolaborasi dengan pihak eksternal. Faktor-faktor ini menjadi elemen penting dalam memperkokoh posisi bisnis di tengah persaingan lokal. Selain itu, penerapan unsur-unsur bauran pemasaran turut memberikan dampak positif dalam mendukung keberhasilan strategi marketing public relations, baik dalam hal menarik minat pasar, meningkatkan performa penjualan, maupun menjalin kerja sama strategis untuk mencapai tujuan perusahaan.

Kata Kunci: *Strategi, Marketing Public Relations, Daya Saing*

ABSTRACT

Muhammad Fikri Haikal, 1810414210034, 2025. “*Urbane Coffee Roaster Banjarmasin's Public Relations Marketing Strategy in Increasing Competitiveness*”. Under the guidance of Sarwani.

The intensifying dynamics of business competition increasingly reveal a narrowing competitive space, particularly in the food and beverage sector. This condition is marked by the rapid emergence of various coffee shops striving to expand their businesses and boost sales. One such business affected by this competitive climate is Urbane Coffee Roaster Banjarmasin, located in the Citraland Commercial I Walk area. Therefore, this study aims to describe the marketing public relations strategy implemented by Urbane Coffee Roaster Banjarmasin to enhance its competitiveness.

This research employs a descriptive qualitative approach, utilizing both primary and secondary data sources. Data collection techniques include direct observation, in-depth interviews, and documentation, which were then analyzed through data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The findings indicate that the marketing public relations strategy adopted by Urbane Coffee Roaster Banjarmasin not only contributes to increasing sales but also strengthens brand awareness and competitive advantage in Banjarmasin as a professional, innovative, and socially responsible coffee establishment. The strategy integrates promotional activities, direct customer engagement, and collaboration with external partners. These elements significantly support the business's ability to compete in the local coffee shop market. Moreover, the application of marketing mix components positively impacts the effectiveness of the marketing public relations strategy—enhancing customer appeal, boosting sales performance, and fostering strategic partnerships to achieve the company's goals.

Keyword: *Strategy, Marketing Public Relations, Competitiveness*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah Swt yang telah memberikan kesehatan dan segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan penelitian yang berjudul “Strategi Marketing Public Relations Urbane Coffee Roaster Banjarmasin Dalam Meningkatkan Daya Saing” yang diajukan sebagai suatu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.

Penulis menyadari bahwa selesainya penulisan ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang tidak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si. Selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S. Sos., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Lambung Mangkurat
5. Pemilik urbane coffee roaster dan seluruh karyawan yang membantu peneliti dalam penelitian ini

6. Serta pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan membantu yang tentunya tidak dapat disebutkan satu persatu namanya.

Penulis tentunya menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan serta jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan saran, kritik serta masukan yang kiranya membantu memperbaiki penulisan ini. Semoga skripsi ini dapat menambah pengetahuan dan pengalaman bagi saya serta semua pihak yang membutuhkan. Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih.

Banjarmasin, 10 Juni 2025

Muhammad Fikri Haikal

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Sejenis	11
2.2 Tinjauan Konseptual	19
2.2.1 Strategi	19
2.2.2 Komunikasi	21
2.2.3 Komunikasi Pemasaran	24
2.2.4 Kegiatan Pemasaran	28
2.2.5 Daya Saing	29
2.2.6 Strategi Pemasaran	33
2.2.7 Public Relations.....	38
2.3 Tinjauan Teoritis.....	40
2.3.1 Teori Strategi Marketing Public Relation	40
2.3.2 Teori Bauran Pemasaran	43
2.4 Kerangka Pemikiran.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Pendekatan Penelitian	48
3.2 Tipe Penelitian.....	48
3.3 Objek Penelitian	49
3.4 Sumber Data.....	49
3.5 Informan Penelitian	50
3.6 Teknik Pengumpulan Data	50
3.7 Teknik Analisis Data	52
3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	57
4.2. Hasil Penelitian.....	59
4.3. Pembahasan	68
BAB V PENUTUP.....	78
5.1. Kesimpulan.....	78
5.2. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN	84