

**PENERAPAN STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN *HOLYCOW! STEAKHOUSE BY CHEF AFIT*
SURABAYA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

SYAHWA RAMADHAN
NPM. 20042010239

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2024**

**PENERAPAN STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN *HOLYCOW! STEAKHOUSE BY CHEF AFIT*
SURABAYA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

SYAHWA RAMADHAN
NPM. 20042010239

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENERAPAN STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN *HOLYCOW! STEAKHOUSE BY CHEF* AFIT SURABAYA**

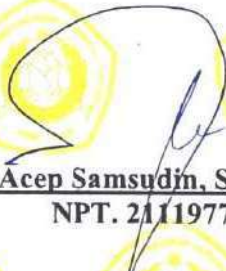
Disusun Oleh :

Syahwa Ramadhan
NPM. 20042010239

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Lisan Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing


Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA.
NPT. 21119771204337

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

PENERAPAN STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN *HOLYCOW! STEAKHOUSE BY CHEF AFIT SURABAYA*

Disusun Oleh :

Syahwa Ramadhan
NPM. 20042010239

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 13 Mei 2024
Menyetujui,

Pembimbing


Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA.
NPT. 21119771204337

Tim Penguji

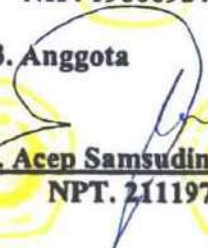
1. Ketua


Dra. Siti Ning Farida, M.Si.
NIP. 196406291990032000

2. Sekretaris


Dra. Lia Nirawati, M.Si.
NIP. 196009241993032001

3. Anggota


Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA.
NPT. 21119771204337

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Catur Suratnoall, M.Si.
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Syahwa Ramadhan

NPM : 20042010239

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi : **Penerapan Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan
*Holycow! Steakhouse by Chef Afit Surabaya***

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli pribadi saya yang dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 30 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Strata 1 di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya asli saya atau merupakan hasil plagiarisme dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Surabaya, 20 Mei 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Syahwa Ramadhan
NPM. 20042010239

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa kita panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya baik kesehatan maupun kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Penerapan Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan *Holycow! Steakhouse by Chef Afit Surabaya*”** meski dalam penulisan skripsi ini masih ada kekurangannya. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam pelaksanaan penyusunan penelitian ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan serta semangat kepada penulis sehingga penyusunan penelitian ini dapat terlaksana. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA. selaku koordinator program studi Administrasi Bisnis.
3. Seluruh Dosen Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan dan semangat baik secara moril dan materil.

5. Teman – teman yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan keterbatasan dan pengalaman. Pentingnya saran dan kritik bersifat membangun senantiasa penulis harapkan. Penulis berharap agar penelitian skripsi ini memberikan manfaat bagi semua pihak. Penulis mengucapkan terima kasih dan semoga Allah SWT selalu memberikan petunjuk bagi kita semua.

Surabaya, 20 Mei 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Strategi	17
2.2.1.1 Pengertian Strategi.....	17
2.2.1.1 Tipe – Tipe Strategi	18
2.2.1.3 Tingkatan Strategi.....	19
2.2.1.4 Manfaat Strategi.....	19
2.2.2 Pemasaran.....	20
2.2.2.1 Pengertian Pemasaran	20
2.2.2.2 Konsep Pemasaran.....	22
2.2.2.3 Buaran Pemasaran	24
2.2.3 Promosi.....	26
2.2.3.1 Pengertian Promosi.....	26
2.2.3.2 Tujuan Promosi.....	27
2.2.3.3 Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>)	28
2.4 Penjualan	33
2.4.1 Pengertian Penjualan.....	33
2.4.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan.....	33

2.4.3 Tujuan Penjualan.....	35
2.4.4 Proses Penjualan.....	36
2.5 Kerangka Berpikir	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Jenis Penelitian.....	39
3.2 Fokus Penelitian	40
3.3 Lokasi Penelitian	40
3.4 Objek dan Informan Penelitian	40
3.4.1 Objek Penelitian	40
3.4.2 Informan Penelitian	41
3.5 Definisi Operasional Variabel	41
3.6 Teknik Pengumpulan Data	43
3.6.1 Wawancara (<i>Interview</i>)	43
3.6.2 Observasi	44
3.6.3 Dokumentasi.....	45
3.7 Jenis dan Sumber Data	45
3.7.1 Jenis Data	45
3.7.2 Sumber Data.....	45
3.8 Teknik Analisis Data	46
3.8.1 Wawancara	46
3.8.2 Observasi.....	47
3.8.3 Dokumentasi.....	47
3.8.4 Triangulasi.....	47
3.8.4.1 Triangulasi Teknik.....	48
3.8.4.2 Triangulasi Sumber.....	48
3.8.4.3 Triangulasi Waktu	49
3.9 Teknik Analisis Data Kualitatif.....	49
3.10 Jadwal Penelitian.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Hasil	53
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.1.2 Penyajian Data.....	54

4.1.2.1 Hasil Wawancara	55
4.1.2.2 Identitas Informan.....	69
4.2 Hasil Penelitian pada usaha <i>Holycow! Steakhouse by Chef Afit</i>	70
4.3 Pembahasan	71
4.3.1 Periklanan (<i>Advertising</i>).....	71
4.3.1.1 Instagram	73
4.3.1.1.1 Mengoptimalkan Fitur Bio Pada Akun Instagram.....	73
4.3.1.1.2 Menggunakan Testimoni dari Konsumen Secara Langsung	74
4.3.1.1.3 Mengatur Jadwal Posting	76
4.3.1.1.4 Mengoptimalkan Fitur – Fitur dalam Instagram.....	77
4.3.1.2 Twitter.....	79
4.3.1.2.1 Mengoptimalkan Fitur Bio pada Akun Twitter	79
4.3.2 Penjualan Perseorangan (<i>Personal Selling</i>)	81
4.3.3 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	83
4.3.4 Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>).....	86
4.3.5 Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	88
4.3.6 Kendala yang Dihadapi <i>Holycow! Steakhouse by Chef Afit</i> Dalam Penerapan Strategi Promosi Melalui Bauran Promosi	90
4.3.7 Perbandingan Hasil Penelitian Pada <i>Holycow! Steakhouse by</i> <i>Chef Afit</i> Dengan Penelitian Terdahulu	92
BAB V PENUTUP	99
5.1 Kesimpulan.....	99
5.2 Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	106

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Pesaing <i>Holycow! Steakhouse by Chef Afit Surabaya</i>	3
Tabel 1. 2 Daftar Cabang <i>Holycow! Steakhouse by Chef Afit</i>	6
Tabel 1. 3 Data Penjualan <i>Holycow! Steakhouse by Chef Afit Surabaya 2023</i>	7
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	52
Tabel 4. 1 Identitas Informan	70
Tabel 4. 2 Perbandingan Penelitian Terdahulu	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	38
Gambar 3. 1 Triangulasi Teknik	48
Gambar 3. 2 Triangulasi Sumber	49
Gambar 3. 3 Analisis Data Model Miles dan Huberman	51
Gambar 4. 1 Media Sosial <i>Holycow! Steakhouse by Chef Afit</i>	72
Gambar 4. 2 <i>Link Bio Instagram Holycow! Steakhouse by Chef Afit</i>	74
Gambar 4. 3 Bio Instagram <i>Holycow! Steakhouse by Chef Afit</i>	74
Gambar 4. 4 Testimoni Konsumen <i>Holycow! Steakhouse by Chef Afit</i>	76
Gambar 4. 5 Postingan <i>Holycow! Steakhouse by Chef Afit</i>	77
Gambar 4. 6 Fitur Reels Akun Instagram <i>Holycow! Steakhouse by Chef Afit</i>	78
Gambar 4. 7 Bio Twitter <i>Holycow! Steakhouse by Chef Afit</i>	80
Gambar 4. 8 Layanan <i>Holytruck</i>	80
Gambar 4. 9 <i>Personal Selling Oleh Owner Holycow! Steakhouse by Chef Afit</i> ..	82
Gambar 4. 10 Karyawan Menawarkan Produk	83
Gambar 4. 11 Para Karyawan Melakukan <i>Briefing</i>	83
Gambar 4. 12 Promosi yang Dilakukan <i>Holycow! Steakhouse by Chef Afit</i>	85
Gambar 4. 13 Usaha <i>Holycow</i> Dalam Mendapatkan Citra Positif.....	87
Gambar 4. 14 <i>Holycow! Steakhouse by Chef Afit</i> Dalam Kegiatan Amal.....	88
Gambar 4. 15 <i>Feedback</i> atau Umpan Balik dari Konsumen.....	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara <i>Owner</i>	106
Lampiran 2 : Pedoman Wawancara Karyawan.....	110
Lampiran 3 : Pedoman Wawancara Konsumen	112
Lampiran 4 : Dokumentasi.....	114

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Penerapan Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Holycow! Steakhouse by Chef Afit Surabaya” ini ditulis oleh Syahwa Ramadhan, NPM 20042010239, pembimbing Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA.

Penelitian dalam skripsi ini memiliki tujuan yaitu untuk strategi promosi yang tepat dilakukan oleh Holycow! Steakhouse by Chef Afit Surabaya dalam meningkatkan penjualan. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan di Holycow! Steakhouse by Chef Afit Surabaya. Subjek penelitian ini yaitu pemilik, karyawan, dan konsumen. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan menggunakan bauran promosi. Hasil analisis penelitian deskriptif menjelaskan bahwa strategi – strategi yang digunakan untuk melaksanakan promosi dengan menerapkan bauran promosi, yaitu dalam kegiatan iklan melalui media sosial instagram, twitter, dan whatsapp; kemudian kegiatan penjualan perseorangan melalui penjualan secara tatap muka langsung dengan konsumen ; kegiatan promosi penjualan dengan memberikan diskon, beli satu gratis satu, loyalitas pelanggan; hubungan masyarakat melalui kerjasama dengan Nestle atau Coca – Cola; serta pemasaran langsung melalui pelayanan yang ramah dan sesuai SOP. Dengan menerapkan bauran promosi dalam strategi promosi Holycow! Steakhouse by Chef Afit secara konsisten dapat mempengaruhi tingkat penjualan.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Bauran Promosi

ABSTRACT

The thesis with the title "Application of Promotional Strategies to Increase Sales of Holycow! Steakhouse by Chef Afit Surabaya" was written by Syahwa Ramadhan, NPM 20042010239, supervisor Dr. Acep Samsudin, S. Sos., MM., MA.

The research in this thesis has the aim of establishing the right promotional strategy for Holycow! Steakhouse by Chef Afit Surabaya in increasing sales. This research uses qualitative descriptive research. This research was conducted at Holycow! Steakhouse by Chef Afit Surabaya. The subjects of this research are owners, employees and consumers. The data analysis method used is descriptive analysis using a promotional mix. The results of the descriptive research analysis explain that the strategies used to carry out promotions are by implementing a promotional mix, namely in advertising activities via social media Instagram, Twitter and WhatsApp; then individual sales activities through face-to-face sales with consumers; sales promotion activities by providing discounts, buy one get one free, customer loyalty; public relations through collaboration with Nestle or Coca – Cola; as well as direct marketing through friendly service and according to SOP. By implementing a promotional mix in Holycow's promotional strategy! Steakhouse by Chef Afit can consistently influence sales levels.

Keywords: *Promotion Strategy, Promotion Mix*