

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN PADA MAYASHI FRIED CHICKEN
SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH

DANIEL PUTRA PRASTYAWAN
NPM. 20042010123

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

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN PADA MAYAZHI FRIED CHICKEN
SURABAYA**

Dibusun Oleh:

Daniel Putra Pratwawan

NPM. 20042010123

Telah Diaetujui Untuk Mengikuti Ujian Lisan

PEMBIMBING


R. Yulardi Rusdianto, S.Sos, M.Si

NIP. 197206132021211003

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Suratnoaili, M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN PADA MAYASHI FRIED CHICKEN
SURABAYA

Disusun Oleh :

Daniel Putra Prastyawan

NPM. 20042010123

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

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA


R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos, M.Si
NIP. 197206132021211003

TIM PENGUJI

1. Ketua


Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

2. Sekretaris


Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

3. Anggota


R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos, M.Si
NIP. 197206132021211003

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Daniel Putra Prastyawan
NIM : 20042010123
Fakultas /Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik /
Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
DALAM MENINGKATKAN VOLUME PEJUALAN PADA MAYASHI
FRIED CHICKEN

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 20 Juni 2024



Daniel Putra Prastyawan
NPM. 20042010123

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Mayashi Fried Chicken”** ini untuk dapat memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan jenjang pendidikan pada program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.

Dalam berlangsungnya proses penulisan dan penelitian skripsi ini banyak hambatan dialami oleh penulis, namun dengan adanya dorongan serta arahan dari berbagai pihak, pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah mencurahkan segala arahan dan bantuannya dalam memberikan saran dan nasihat sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Penulis juga ini menyampaikan banyak ucapan 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 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Budi Prabowo, S.Sos., M.M. selaku dosen wali yang selalu

memberikan dukungan dan bantuan selama perkuliahan.

4. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
5. Bapak Hermawan selaku pemilik beserta seluruh staff dan karyawan Mayashi Fried Chicken yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di Mayashi Fried Chicken.
6. Kedua orang tua yang telah memberikan dukungan, doa restu serta motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Kepada seluruh kerabat seperjuangan Administrasi Bisnis yang telah bersedia untuk berdiskusi dan bertukar pikiran dalam proses penyusunan skripsi ini

Penulis berharap skripsi ini dapat menjadi ilmu yang bermanfaat bagi siapapun yang membacanya. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan untuk memperbaiki skripsi ini.

Surabaya, Juni 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 Strategi	16
2.2.2 Pemasaran	25
2.2.3 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	36
2.2.4 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	41
2.2.5 Analisis SWOT	46
2.3 Kerangka Berpikir	51
BAB III METODE PENELITIAN	53
3.1 Jenis Penelitian	53
3.2 Lokasi Penelitian	54

3.3 Fokus Penelitian	54
3.4 Sumber dan Jenis Data	55
3.4.1 Sumber Data Primer	55
3.4.2 Sumber Data Sekunder	55
3.5 Populasi dan Informan Penelitian	56
3.5.1 Populasi	56
3.5.2 Informan Penelitian	56
3.6 Teknik Penentuan Informan	57
3.7 Teknik Pengumpulan Data	58
3.7.1 Observasi	58
3.7.2 Wawancara	58
3.7.3 Dokumentasi	59
3.8 Teknik Analisis Data	59
3.8.1 <i>Data Collection (Pengumpulan Data)</i>	60
3.8.2 <i>Data Condensation (Kondensasi Data)</i>	60
3.8.3 <i>Data Display (Penyajian Data)</i>	60
3.8.4 <i>Conclusions Drawing and Verifying (Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi)</i>	60
3.9 Analisis Data SWOT	60
3.9.1 Matriks Internal IFAS	61
3.9.2 Matriks Eksternal EFAS	63
3.9.3 Matriks Analisis SWOT	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	67

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	67
4.1.1	Profil Perusahaan	67
4.1.2	Logo Mayashi Fried Chicken	69
4.1.3	Struktur Organisasi	70
4.2	PENYAJIAN DATA	70
4.2.1	Analisis SWOT	82
4.2.2	Tahap Analisis Faktor Matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS) dan Eksternal Factor Analysis Summary) dan Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)	84
4.2.3	Diagram SWOT	88
4.2.4	Matriks SWOT	88
4.2.5	Matriks Internal Eksternal	90
4.2.6	Matriks Analisis SWOT	91
4.3	Pembahasan	93
4.3.1	Kendala yang Dihadapi	95
4.3.2	Perbandingan Hasil Penelitian Saat ini Dengan Penelitian Terdahulu	96
BAB V KESIMPULAN		99
5.1	Kesimpulan	99
5.2	Saran	100
DAFTAR PUSTAKA		101
LAMPIRAN		105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan UMKM 2015-2019.....	2
Gambar 1.2 Provinsi Dengan Jumlah UMKM Terbanyak 2021.....	5
Gambar 1.3 Grafik Penjualan Mayashi Fried Chicken Tahun 2020.....	10
Gambar 1.4 Grafik Penjualan Mayashi Fried Chicken Tahun 2021.....	11
Gambar 1.5 Grafik Penjualan Mayashi Fried Chicken Tahun 2022.....	11
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	51
Gambar 4.1 Logo Mayashi Fried Chicken.....	69
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Mayashi Fried Chicken.....	70
Gambar 4.3 Menu dan Harga Mayashi Fried Chicken.....	76
Gambar 4.4 Harga Mayashi Fried Chicken Secara Online.....	77
Gambar 4.5 Lokasi Mayashi Fried Chicken.....	78
Gambar 4.6 Diagram SWOT.....	89
Gambar 4.7 Matriks Internal Eksternal.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kriteria UMKM Aset dan Omset.....	43
Tabel 2.2 Kriteria UMKM Tenaga Kerja.....	43
Tabel 2.3 Diagram SWOT.....	48
Tabel 3.1 Matriks IFAS.....	62
Tabel 3.2 Matriks EFAS.....	64
Tabel 3.3 Matriks SWOT.....	65
Tabel 4.1 Identitas Informan.....	72
Tabel 4.2 Hasil Rata-Rata Kuisisioner Responden IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>).....	85
Tabel 4.3 Hasil IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>).....	85
Tabel 4.4 Hasil Rata-Rata Kuisisioner Responden EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>).....	87
Tabel 4.5 Hasil EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>).....	87
Tabel 4.6 Total Skor Faktor Strategi (Internal & Eksternal).....	88
Tabel 4.7 Matriks Alternatif Strategi SWOT	91
Tabel 4.8 Perbandingan Penelitian Saat Ini Dengan Penelitian Terdahulu	96

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA UMKM MAYASHI FRIED CHICKEN.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan analisis data terkait strategi pemasaran yang relevan dan juga efektif digunakan oleh Mayashi Fried Chicken di Surabaya untuk meningkatkan volume penjualan berdasarkan analisa strategi pemasaran yang hingga saat ini masih dilakukan oleh pihak perusahaan, serta dampaknya terhadap peningkatan kepuasan pelanggan dan terciptanya kesadaran merek. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif, metode pengumpulan dan pengolahan data diabsahkan melalui tahap wawancara dengan beberapa informan terpilih seperti manajer pemasaran yang mencakup pemilik perusahaan, karyawan perusahaan, dan juga beberapa pelanggan dengan kriteria tertentu. Observasi lapangan juga dilakukan langsung pada lokasi penelitian dengan didukung oleh adanya analisis dokumentasi terkait objek penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan terfokus pada program promo produk yang menarik, penggunaan media sosial, peningkatan kualitas produk, dan tetap terjaganya konsistensi produk tersebut. Hal ini menjadikan timbulnya kepuasan pelanggan terhadap kesadaran merek perusahaan, tentunya juga akan menambahkan potensi untuk terciptanya peningkatan volume penjualan.

Kata Kunci: strategi pemasaran, peningkatan volume penjualan, kepuasan pelanggan, kesadaran merek.

ABSTRACT

ANALYSIS OF MARKETING STRATEGIES IN INCREASING SALES VOLUME AT MAYASHI FRIED CHICKEN SURABAYA

This study aims to provide data analysis related to marketing strategies that are relevant and also effectively used by Mayashi Fried Chicken in Surabaya to increase sales volume based on the analysis of marketing strategies that are still being carried out by the company, as well as its impact on increasing customer satisfaction and creating brand awareness. The research method used is a case study with a qualitative descriptive approach, the method of collecting and processing data is validated through the interview stage with several selected informants such as marketing managers who include company owners, company employees, and also several customers with certain criteria. Field observation was also carried out directly at the research location supported by the analysis of documentation related to the research object. The results of the study show that the marketing strategy implemented is focused on attractive product promo programs, the use of social media, improving product quality, and maintaining the consistency of the product. This makes customer satisfaction with the company's brand awareness, of course, it will also add potential for an increase in sales volume.

Keywords: *marketing strategy, increase in sales volume, customer satisfaction, brand awareness*