

**STRATEGI PEMASARAN PADA YY KEBAB & FAST FOOD
CABANG KERTOSONO NGANJUK
UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN**

SKRIPSI



OLEH :

FARIS RAMADHAN

NPM : 19042010176

**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
STRATEGI PEMASARAN PADA YY KEBAB & FAST FOOD CABANG
KERTOSONO NGANJUK
UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN

Disusun Oleh:

FARIS RAMADHAN

19042010176

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Pembimbing

a/n.

Dra. Siti Ning Farida, M.Si

NIP.196406291990032000

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 : Faris Ramadhan

NIM : 19042010176

Fakultas /Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Administrasi Bisnis

Judul Skripsi :

Strategi Pemasaran Pada YY Kebab & Fast Food Cabang Kertosono Nganjuk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan

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 September 2024



(Faris Ramadhan)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Pada YY Kebab & Fast Food Cabang Kertosono Nganjuk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan”. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangan, baik dari segi teknis maupun dalam segi penyusunannya. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis terbuka menerima kritik dan saran yang bersifat membangun untuk Skripsi ini.

Berbagai tantangan harus dilalui oleh peneliti untuk menyelesaikan Skripsi ini, namun alhamdulillah semuanya dapat membantu penulis. Selesainya Skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dari Ibu Dra. Siti Ning Farida M,Si selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi ini. Dalam menyelesaikan Skripsi ini, tidak akan berjalan dengan lancar tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, maka penulis ingin 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, M.A. Selaku koordinator Program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Kedua orang tua, kakak, serta seluruh keluarga besar penulis yang selalu memberikan dukungan, do’a dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Surabaya, September 2024

Penulis

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN PADA YY KEBAB & FAST FOOD CABANG KERTOSONO NGANJUK UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN

Abstrak Penelitian ini memiliki tujuan utama yaitu untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada YY Kebab & Fast Food cabang Kertosono Nganjuk. Penelitian adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan pada YY Kebab & Fast Food cabang Kertosono Nganjuk. Subjek penelitian ini yaitu pemilik, karyawan, dan konsumen. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT dengan menggunakan tabel efas dan ifas. Hasil analisis penelitian dengan menggunakan IFAS dan EFAS maka YY Kebab & Fast Food mempunyai faktor kekuatan mendapat skor total 2,89, sedangkan faktor kelemahan mendapat skor total 0,40. Ancaman menerima skor total 0,92, sedangkan Peluang menerima skor total 1,92. Dilihat dari konsekuensi garis SWOT, Toko Kebab Rehan berada pada kuadran I dengan nilai (X;Y) (2.49; 1.0), yaitu dengan menggunakan perencanaan yang agresif. Membuat rencana yang membutuhkan kekuatan untuk menjadi peluang adalah strategi yang agresif.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT

ABSTRACT

MARKETING STRATEGY FOR YY KEBAB & FAST FOOD KERTOSONO NGANJUK BRANCH FOR INCREASE SALES VOLUME

This study's main objective is to identify and analyze marketing strategies to increase sales at the YY Kebab & Fast Food cabang Kertosono Nganjuk. This research is qualitative and descriptive. This research was conducted at the YY Kebab & Fast Food cabang Kertosono Nganjuk. The subjects of this research are owners, employees, and consumers. The data analysis method used in this research is SWOT analysis using EFAS and IFAS tables. The results of the research analysis using IFAS and EFAS, YY Kebab & Fast Food has a strength factor that gets a total score of 2.89, while a weakness factor gets a total score of 0.40. The threat received a total score of 0.92, while the opportunity received a total score of 1.92. Judging from the consequences of the SWOT line, YY Kebab & Fast Food is in quadrant I with values (X;Y) (2.49; 1.0), that is, by using aggressive planning. Making a plan that requires strength to be an opportunity is an aggressive strategy.

Keywords: marketing strategy, SWOT Analysis.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Secara Teoritis	9
1.4.2 Secara Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. LANDASAN TEORI	12
2.2.1. Pengertian UMKM.....	12
2.2.2. Definisi Strategi	13

2.2.3.	Pengertian Pemasaran	15
2.2.4.	Tujuan Pemasaran	17
2.2.5.	Manajemen Pemasaran.....	18
2.2.6.	Pengertian Strategi Pemasaran	19
2.2.7.	Konsep Pemasaran	20
2.2.8.	Faktor-Faktor Pemasaran	21
2.2.9.	Pengertian Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	23
2.2.10.	Pengertian Analisis SWOT	24
2.2.11.	Volume Penjualan	25
2.3.	Kerangka Berpikir	27
BAB III METODE PENELITIAN		32
3.1	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	32
3.2.	Lokasi Penelitian	33
3.3.	Subjek Penelitian.....	33
3.4.	Obyek dan Informan Penelitian.....	34
3.4.1.	Obyek Penelitian	34
3.4.2.	Informan Penelitian	34
3.5.	Keabsahan Data	35
3.5.1.	Perpanjangan Pengamatan	35
3.5.2.	Meningkatkan kecermatan dalam penelitian.....	35
3.5.3.	Triangulasi	36

3.6. Teknik Pengumpulan Data	37
3.6.1. In-dept Interview	37
3.6.2. Observasi.....	38
3.6.3. Dokumentasi	39
3.6.4. Teknik Analisis Data.....	39
3.7. Analisis SWOT	39
3.7.1. IFAS (Internal Faktor Analysis Summary).....	40
3.7.2. EFAS (Eksternal Faktory Analysis Summary)	42
3.7.3. Matrik SWOT	43
BAB IV	50
HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	50
4.1.1. Sejarah Perusahaan.....	50
4.1.2. Struktur Perusahaan	51
4.2 Penyajian Data.....	52
4.2.1. Hasil Wawancara Pemilik, Karyawan, dan Konsumen	54
4.2.2. Analisis SWOT	58
4.2.3. Analisis Faktor Matriks IFAS (Internal Faktor Analysis Summary) dan EFAS (Eksternal Faktor Analysis Summary).....	60
4.2.4. Diagram SWOT	64
4.2.5. Matriks Internal dan Eksternal	66

4.2.6.	Matriks Alternatif Strategi SWOT	66
4.3	Pembahasan	70
4.3.1.	Kendala yang dihadapi	72
4.3.2.	Perbandingan Hasil Penelitian pada YY Kebab & Fast Food dengan Penelitian Terdahulu.....	72
BAB V	75
PENUTUP	75
5.1	Kesimpulan.....	75
5.2	Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	79