

ANALISIS IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN

HISANA FRIED CHICKEN DI WILAYAH BOGOR

(Studi Kasus PT. Selahonje Jaya Makmur)

TUGAS AKHIR



NADIRA NISSAUTAMI RUSLIM

1161921009

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2018

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan

semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk

telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Nadira Nissautami Ruslim

NIM : 1161921009

Tanda Tangan : 

Tanggal : 27 Agustus 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Nadira Nissautami Ruslim
Nim : 1161921009
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Implementasi Strategi Pemasaran Hisana Fried Chicken di Wilayah Bogor. (Studi kasus PT. Selahonje Jaya Abadi)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Imbang Jaya Mangkuto, MBA, MM ()
Penguji 1 : Ananda Fortunisa, SE., M.Si ()
Penguji 2 : M. Th. Anitawati, Ir, M.S, M.Sc ()

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 27 Agustus 2018

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat- Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Yang berjudul. **Analisis Implementasi Strategi Pemasaran Hisana Fried Chicken di Wilayah Bogor (Studi Kasus PT. Selahonje Jaya Makmur)**. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Bapak Imbang Jaya Mangkuto, MBA, MM , selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini
- 2) Ibu Ananda Fortunisa, SE., M.Si selaku dosen pembahas proposal dan dosen penguji sidang tugas akhir yang telah menyediakan waktu dan memberikan masukan guna memperbaiki hasil penelitian
- 3) Ibu M. Th. Anitawati, Ir, M.S, M.Sc selaku dosen penguji sidang tugas akhir yang telah menyediakan waktu dan memberikan masukan guna memperbaiki hasil penelitian
- 4) Pihak Hisana Team yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan;
- 5) Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral
- 6) Sahabat serta teman seperjuangan yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 27 Agustus 2018

Nadira Nissautami Ruslim

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadira Nissautami Ruslim

Nim : 1161921009

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis tugas akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas **Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Analisis Implementasi Strategi Pemasaran Hisana Fried Chicken di Wilayah Bogor.
(Studi kasus PT. Selahonje Jaya Abadi)**

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 27 Agustus 2018

Yang menyatakan



Nadira Nissautami Ruslim

**Analisis Implementasi Strategi Pemasaran Hisana Fried Chicken
di Wilayah Bogor.
(Studi kasus PT. Selahonje Jaya Abadi)**

Nadira Nissautami Ruslim

ABSTRAK

Studi kasus ini bertujuan untuk mengetahui dan melihat strategi pemasaran yang dilakukan oleh Hisana Fried Chicken wilayah Bogor. Melihat menggunakan analisa Segmenting, Targetting, Positioning (STP), Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) dan Analisa SWOT. Metode pengumpulan data dengan Observasi dan Wawancara. Teknik analisis data mulai dari pengumpulan, penyajian, reduksi data dan penarikan kesimpulan. Adapun hasil studi kasus adalah membandingkan strategi Hisana Nasional dan wilayah Bogor dan diperoleh bahwa rata rata penjualan dibawah wilayah nasional didapatkan karena adanya beberapa strategi yang belum diterapkan dan harus dilakukan perubahan. Sehingga dibuat usulan strategi pemasaran baru yang diharapkan dapat menaikkan penjualan di Hisana Fried Chicken Wilayah Bogor.

Kata Kunci : Marketing, Hisana Fried Chicken, Strategi Pemasaran, Penjualan.

**Analysis Implementation of Hisana Fried Chicken Marketing Strategy in Bogor Region.
(Case study of PT. Selahonje Jaya Abadi)**

Nadira Nissautami Ruslim

ABSTRACT

This case study aims to find out and see the marketing strategies undertaken by Hisana Fried Chicken in the Bogor area. See using Segmenting, Targetting, Positioning (STP) analysis, Marketing Mix and SWOT Analysis. Data collection method with Observation and Interview. Data analysis techniques start from collecting, presenting, data reduction and drawing conclusions. The results of the case study are comparing the National Hisana strategy and the Bogor region and found that the average sales below the national territory were obtained because of several strategies that have not been implemented and must be changed. So that a new marketing strategy is proposed which is expected to increase sales at Hisana Fried Chicken in Bogor Region.

Keywords: Marketing, Hisana Fried Chicken, Marketing Strategy, Sales.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	7
DAFTAR ISI	9
BAB I	
1.1 Latar Belakang	11
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II	14
2.1 Definisi Strategi	14
2.3 Pengertian Manajemen Pemasaran	15
2.4 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	
2.5 STP (Segmenting, Targeting, Positioning)	16
2.5.1 Segmenting	18
2.5.2 Targeting	19
2.5.3 Positioning	19
2.6 Analisa SWOT	24
BAB III	24
3.1 Objek Studi Kasus	24
3.2 Jenis Studi Kasus	25
3.3. Sumber Data	25
3.4 Teknik Sampling	26
3.5 Metode Pengumpulan Data	27
3.6 Teknik Analisis Data	27
3.7 Keterbatasan Studi Kasus	29
BAB IV	32
3.2.2 Misi	32
3.3 Struktur Organisasi Perusahaan	35
3.4 Analisis Strategi Pemasaran	38
4.4.1 Segmentation	39
4.4.2 Targetting	39
4.5 Analisis Bauran Pemasaran	39
4.5.1 Produk (<i>Product</i>)	40
4.5.2 Harga (<i>Price</i>)	40
4.5.3 Tempat (<i>Place</i>)	

	40
4.5.4 Promosi (Promotion)	41
4.5.6 Orang (people)	41
4.5.7 Proses (process)	41
4.5.8 Bukti Fisik (Physical Evidence)	41
4.6 Analisis SWOT	42
4.6.1 Faktor Internal	42
4.6.2 Faktor Eksternal	43
4.7 Usulan perbaikan Hisana Fried Chicken wilayah Bogor	48
Bauran Pemasaran	50
BAB V	54
KESIMPULAN DAN SARAN	54
5.1 Kesimpulan	54
DAFTAR PUSTAKA	55
DAFTAR GAMBAR	
GAMBAR 1.1 Bubble chart Hisana Fried Chicken	10
GAMBAR 1.2 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	15
GAMBAR 1.3 Diagram Analisis SWOT	21
GAMBAR 1.4 Matrix SWOT	22
GAMBAR 1.5 Analisis Model Interaktif	29

