

ANALISIS EFEKTIVITAS STRATEGI PROMOSI *BUY ONE GET ONE* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA KRISPY KREME AEON MALL JAKARTA GARDEN CITY

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Putri Rahayu Budiarti

1171001139

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA


2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Putri Rahayu Budiarti

NIM : 1171001139

Tanda Tangan : 

Tanggal : 26 Agustus 2024

HALAMAN PENGESAHAN


Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Putri Rahayu Budiarti
NIM : 1171001139
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Efektivitas Strategi Promosi *Buy One Get One*
Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Krispy Kreme
AEON Jakarta Garden City

Telah berhasil dipertahankan dihadapan dewan pembahas dan diterima sebagai bagian pernyataan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PEMBIMBING/PEMBAHAS

Pembimbing : Ir. Imbang Jaya Mangkuto, MBA., Msi 
(.....)

Penguji I : Holila Hatta, S.Pd., MM 
(.....)

Penguji II : Arief Bimantoro Suharko, Ph.D 
(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 26 Agustus 2024

KATA PENGANTAR

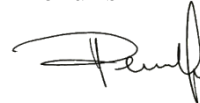
Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas izin nya, peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul Analisis Efektivitas Strategi Promosi *Buy One Get One* Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Krispy Kreme AEON Mall Jakarta Garden City. Penelitian Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Peneliti menyadari bahwa dari awal masa perkuliahan sampai penyusunan Tugas Akhir ini tidak luput dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Imbang J. Mangkuto, M.B.A., M.Si, selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing penulis dalam penyusunan tugas akhir ini;
2. Ibu Holila Hatta, S.Pd., MM selaku dosen penguji I yang telah menyediakan waktu serta memberikan saran dan masukan untuk memperbaiki kekurangan dalam penulisan;
3. Bapak Arief Bimantoro Suharko, Ph.D selaku dosen penguji II yang telah menyediakan waktu serta memberikan saran dan masukan untuk memperbaiki kekurangan dalam penulisan;
4. Ibu saya, yaitu Ibu Restiyani Jumahayu, S.Ak yang telah mendidik, memberikan semangat kepada penulis dari kecil sampai sekarang sehingga dapat menuntut ilmu sampai ke jenjang perkuliahan ini;
5. Saudara Achmad Taufik Setiawan, S.T, partner spesial yang selalu memberikan semangat dan setia menemani penulis selama penyusunan tugas akhir ini;
6. Pihak PT Premier Doughnut Indonesia yaitu Krispy Kreme yang telah membantu dan bersedia menyediakan data yang penulis butuhkan untuk kepentingan penelitian;
7. Kepada Manager Toko Krispy Kreme cabang AEON Jakarta Garden City dan seluruh rekan kerja yang sudah membantu dalam kelancaran proses sidang tugas akhir;
8. Saudari Desna dan keluarga tercinta yang telah membantu dan memberikan semangat kepada penulis selama penyusunan tugas akhir ini;
9. Semua pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah membantu penulis selama proses penyusunan tugas akhir ini.

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

Jakarta, 26 Agustus 2024

Penulis



Putri Rahayu Budiarti

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Putri Rahayu Budiarti
NIM : 1171001139
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 Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya berjudul:

Analisis Efektivitas Strategi Promosi *Buy One Get One* Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Krispy Kreme AEON Jakarta Garden City

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif 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 : 26 Agustus 2024



Yang menyatakan
Putri Rahayu Budiarti

ANALISIS EFEKTIVITAS STRATEGI PROMOSI *BUY ONE GET ONE* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA KRISPY KREME AEON JAKARTA GARDEN CITY

Putri Rahayu Budiarti¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas strategi promosi *buy one get one* yang telah diterapkan oleh Krispy Kreme AEON Jakarta Garden City. Peneliti melakukan analisis strategi promosi menggunakan Analisis SWOT, Bauran Pemasaran 4P dan analisis efektivitas dengan kriteria pengukuran berdasarkan Kepmendagri. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer pada penelitian ini didapat dari hasil wawancara yang diberikan kepada Informan dan *Key Informan* Krispy Kreme AEON Jakarta Garden City. Data sekunder adalah catatan atau laporan penjualan terkait informasi perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Secara keseluruhan pada efektivitas promosi *buy one get one* yang telah dilakukan oleh Krispy Kreme AEON Jakarta Garden City hasilnya meningkatkan penjualan namun efektivitasnya masih dibawah target yang diinginkan. Krispy Kreme AEON Jakarta Garden City perlu mempertimbangkan penjualan produk promosi dengan margin yang lebih tebal dan disarankan memberikan pilihan produk yang bervariasi agar memberikan taktik promosi yang lebih menarik dimata konsumen dan juga guna meningkatkan efisiensi dan efektivitas promosi.

Kata kunci: Efektivitas, Analisis SWOT, Pemasaran, Strategi Promosi dan *Buy One Get One*

¹ Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

***ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF BUY ONE GET ONE
PROMOTION STRATEGY IN INCREASING SALES AT KRISPY
KREME AEON JAKARTA GARDEN CITY***

Putri Rahayu Budiarti²

ABSTRACT

This study aims to analyze the effectiveness of the buy one get one promotion strategy that has been implemented by Krispy Kreme AEON Jakarta Garden City. The researcher conducted a promotion strategy analysis using SWOT Analysis, 4P Marketing Mix and effectiveness analysis with measurement criteria based on the Kepmendagri. The data used are primary data and secondary data. Primary data in this study were obtained from the results of interviews given to Informants and Key Informants of Krispy Kreme AEON Jakarta Garden City. Secondary data are sales records or reports related to company information. The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques using observation, interviews, and documentation. Overall, the effectiveness of the buy one get one promotion that has been carried out by Krispy Kreme AEON Jakarta Garden City has increased sales but its effectiveness is still below the desired target. Krispy Kreme AEON Jakarta Garden City needs to consider selling promotional products with thicker margins and is advised to provide a variety of product choices in order to provide more attractive promotional tactics in the eyes of consumers and also to increase the efficiency and effectiveness of promotions.

Keywords: *Effectiveness, SWOT Analysis, Marketing, Promotion Strategy and Buy One Get One*

² Student of Management Program Bakrie University

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
DEWAN PEMBIMBING/PEMBAHAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. LATAR BELAKANG	1
1.2. RUMUSAN MASALAH	8
1.3. BATASAN MASALAH	8
1.4. TUJUAN PENELITIAN	8
1.5. MANFAAT PENELITIAN	9
1.5.1. Manfaat Teoritis	9
1.5.2. Manfaat Praktis	9
1.6. Metode Penelitian	9
1.6.1. Ruang Lingkup.....	11
1.7. Sistematika Penulisan	11
BAB II	12
LANDASAN TEORI	12
2.1. Definisi Konsep Dan Pendekatan Teori	12
2.1.1. Pengertian Efektivitas	12
2.1.2. Pengertian Efisiensi.....	13

2.1.3.	Pengertian Strategi Promosi	15
2.1.4.	Tujuan Promosi	16
2.1.5.	Fungsi Promosi.....	17
2.1.6.	Alat - alat Promosi Penjualan.....	17
2.1.7.	Analisis SWOT	18
2.1.8.	Bauran Pemasaran	20
2.1.9.	Bentuk Promosi.....	21
2.1.10.	Promosi <i>Buy One Get One</i> (BOGO) pada Krispy Kreme.....	23
2.1.11.	Penelitian Terdahulu	24
2.1.12.	Kerangka Pikir	25
BAB III	27
METODE PENELITIAN	27
3.1. Metode Penelitian	27
3.1.1.	Metode Analisa Data.....	27
3.1.1.1. Analisis SWOT	27
3.1.2.	Metode Analisa Deskriptif Pendekatan Kualitatif	30
3.1.3.	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.1.4.	Observasi.....	31
3.1.5.	Wawancara.....	32
3.1.5.1. Key Informan	33
3.1.5.2. Informan	33
3.1.6.	Dokumentasi	34
3.1.7.	Waktu Penelitian	34
3.1.8.	Keabsahan Data.....	34
3.1.8.1. Credibility (Validitas Internal)	35
3.1.8.2. Transferability (Validitas Eksternal)	38
3.1.8.3. Dependenability (Reabilitas)	38
3.1.8.4. Comfirmability (Obyektivitas)	38
3.1.9.	Teknik Analisa Data.....	39
3.1.9.1. Teknik Pengumpulan Data	39
3.1.9.2. Penyajian Data	40
3.1.9.3. Reduksi Data	40

3.1.9.4. Kesimpulan Dan Verifikasi Data.....	40
BAB IV	42
HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	42
4.1.1. Sejarah Krispy Kreme	42
4.1.2. Visi Dan Misi Perusahaan	43
4.1.3. Struktur Organisasi Perusahaan	44
4.1.4. Job Description.....	44
4.2. Temuan dan Bahasan Penelitian	46
4.2.1. Analisis Produktivitas Promosi Penjualan <i>Buy One Get One</i>	46
4.2.2. Strategi <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> Krispy Kreme AEON Jakarta Garden City	55
4.2.3. Bauran Pemasaran	57
4.2.4. Analisis SWOT	67
BAB V	81
KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Skema Kerangka Pikir	28
Gambar 3. 1 Diagram Analisis SWOT	29
Gambar 3. 2 Komponen dalam analisis data (interactive model).....	41
Gambar 4. 1 Logo Krispy Kreme	45
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Krispy Kreme AEON Jakarta Garden City	46
Gambar 4. 3 Hasil Pengukuran Efisiensi.....	56
Gambar 4. 4 Produk Krispy Kreme	60
Gambar 4. 5 Donat Musiman Krispy Kreme.....	61
Gambar 4. 6 Brosur Krispy Kreme.....	66
Gambar 4. 7 Media periklanan online Krispy Kreme	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Sales Promotion Strategy Krispy Kreme.....	3
Tabel 1. 2 Data Laporan Penjualan	5
Tabel 1. 3 Data Laporan Penjualan	7
Tabel 2. 1 Kriteria Pengukuran Efektivitas Penjualan	14
Tabel 2. 2 Kriteria Pengukuran Efisiensi Penjualan	16
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3. 1 Matriks SWOT	31
Tabel 4. 1 Realisasi Dan Target BOGO	49
Tabel 4. 2 Rata-rata Margin.....	50
Tabel 4. 3 Kriteria Pengukuran Efektivitas	51
Tabel 4. 4 Kriteria Pengukuran Efisiensi.....	52
Tabel 4. 5 Hasil Pengukuran Efektivitas	52
Tabel 4. 6 Hasil Pengukuran Efisiensi	54
Tabel 4. 7 Hasil Pengukuran Produktivitas	55
Tabel 4. 8 Harga Jual Produk Krispy Kreme.....	63
Tabel 4. 9 Harga Jual Promosi Krispy Kreme.....	64
Tabel 4. 10 Perbandingan Harga Donat J.CO, Dunkin Donuts, Krispy Kreme	71
Tabel 4. 11 Matriks SWOT	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.....	87
Lampiran 2.....	93
Lampiran 3.....	104
Lampiran 4.....	107