

**ANALISIS PENERAPAN STRATEGI *EMPHATIC MARKETING* PADA
PENJUALAN BURGER KING DI ERA PANDEMIK**

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana (S1) Manajemen



FARAH DIBA MANOPPO

1171001014

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA


2021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Farah Diba Manoppo

NIM : 1171001014

Tanda Tangan : 

Tanggal : 7 September 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Farah Diba Manoppo

NIM : 1171001014

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS)

Judul Skripsi : Analisis Penerapan Strategi *Emphatic Marketing* Pada
Penjualan Burger King di Era Pandemi

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 dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ir. Imbang J. Mangkuto, MBA., MSi.



Penguji 1 : Muchsin Saggaf Shihab, M.Sc., MBA., Ph.D.



Muchsin

Penguji 2 : Dominica Arni Widyastuti, SE., MM.



Ditetapkan di, Jakarta

Tanggal : 9 Desember 2021

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur alhamdulillah penulis panjatkan hanya kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan, kesabaran, serta ilmu pengetahuan kepada penulis. Atas perkenan-Mu jugalah sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“ANALISIS PENERAPAN STRATEGI *EMPATHIC MARKETING* PADA PENJUALAN BURGER KING DI ERA PANDEMI”**.

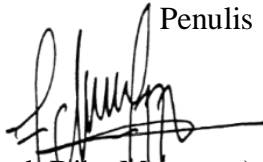
Dalam proses penyusunan dan penyelesaian skripsi ini, penulis telah mendapatkan bantuan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan kerendahan hati perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Ir. Imbang J. Mangkuto, MBA., MSi., selaku dosen pembimbing penulis yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan penjelasan kepada penulis dengan begitu sabar dari awal penyusunan sampai akhir skripsi ini.
2. Bapak Muchsin Saggaff Shihab, M. Sc., MBA, Ph.D. selaku dosen pembahas 1 yang telah meluangkan waktu membimbing dan memberikan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Dominica Arni Widyastuti, SE., MM., selaku dosen pembahas 2 yang telah meluangkan waktu membimbing dan memberikan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Taufiq Amir, SE., MM., Ph. D., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bakrie.
5. Kepada Ibu Holila Hatta, S.Pd., MM., selaku Triangulator dalam penelitian ini yang telah meluangkan waktu dan membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Kepada Bapak M. Rizky Rachmatillah selaku Restaurant General Manager Burger dan Bapak Wily Fadlyansyah selaku Assistant Manager 2 Burger King yang menjadi *key informan* dan telah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam memberikan data penelitian, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya.

7. Kepada kedua informan tambahan saudari Bella dan saudari Maryati yang telah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam memberikan data penelitian, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya.
8. Ibu Prof Ir. Sofia W. Alisjahbana, M. Sc., Ph. D., selaku Rektor Universitas Bakrie.
9. Bapak Tri Pujadi Susilo, SE, MM., Ak., CA., selaku Wakil Rektor I Universitas Bakrie
10. Bapak Muhammad Tri Andika Kurniawan, S. Sos, MA., selaku Wakil Rektor II Universitas Bakrie.
11. Bapak dan Ibu dosen Universitas Bakrie yang selama ini telah mengajarkan dan membimbing penulis dalam menjalankan proses pembelajaran pada masa perkuliahan.
12. Mama, Papa, serta keluarga lainnya yang senantiasa memberikan doa, semangat dan dukungan kepada penulis dalam berbagai hal sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu.
13. Sahabat penulis Ananda Nur Mariska yang telah mendoakan, memberi dukungan serta semangat kepada penulis.
14. Orang terdekat penulis Nugi Aditama yang telah mendoakan dan memberi semangat serta dukungan kepada penulis.
15. Kepada teman – teman semua yang telah mendoakan dan memberika semangat kepada penulis.

Dalam penelitian ini penulis merasa masih banyak kekurangan baik penulisan maupun materi, mengingat akan kemampuan yang dimiliki penulis, untuk itu kritik dan saran dari semua pihak sangat penulis hargai demi penyempurnaan pembuatan skripsi ini.

Jakarta, 7 September 2021

Penulis

(Farah Diba Manoppo)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Farah Diba Manoppo

NIM : 1171001014

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Baktie **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Non – exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah yang berjudul :

“ANALISIS PENERAPAN STRATEGI *EMPHATIC MARKETING* PADA PENJUALAN BURGER KING DI ERA PANDEMI”

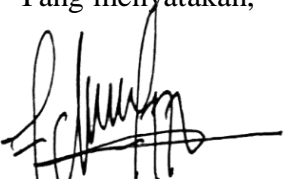
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Ekklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 7 September 2021

Yang menyatakan,



(Farah Diba Manoppo)

ANALISIS PENERAPAN STRATEGI *EMPHATIC MARKETING* PADA PENJUALAN BURGER KING DI ERA PANDEMIK

Farah Diba Manoppo

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi emphatic marketing pada penjualan Burger King di masa pandemik. Penelitian ini merupakan penelitian bersifat kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Subyek penelitian ini yaitu pihak internal Burger King dan konsumen Burger King. Analisis data pada penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan serta verifikasi proses dengan menggunakan triangulasi sumber, teknik, dan waktu sebagai keabsahan data. Informan penelitian ini sebanyak 5 orang diantaranya 2 key informan merupakan pihak internal Burger King, 2 informan tambahan merupakan konsumen Burger King, dan seorang triangulator merupakan ahli dalam bidang manajemen pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi emphatic marketing dapat mempengaruhi penjualan pada Burger King. Hal tersebut dikarenakan Burger King memberikan promo sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk nya di masa pandemik ini.

Kata kunci : *Emphatic Marketing*, Penjualan

**ANALISIS PENERAPAN STRATEGI *EMPHATIC MARKETING* PADA
PENJUALAN BURGER KING DI ERA PANDEMIK**

Farah Diba Manoppo

ABSTRACT

This research is to described strategic emphatic marketing on burger king sales in the pandemic. This research is a research with a qualitative characteristic with descriptive approach with a technique of collecting data of using a methods of interview, observation, and documentation. This research subject that is burger king internal side and burger king konsumen. Data analysis on this research is data reduction, data presentation, and conclusion also verification process with using triangulation source, technique, and time as a data validity. Research informant is about 5 people which of between them are 2 key informant of the burger king internal side, 2 extra informant is from burger king konsumen and a triangulator is a expert on marketing management field. Research result showing that strategic emphatic can influence sales on burger king. With that matter because burger king gave a promo so that konsumen is interested to buy burger king product in this pandemic situation.

Keyword : Emphatic Marketing, Sales

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR FIGURE	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Studi Kasus.....	5
1.5 Manfaat Studi Kasus.....	5
BAB 2 TINJAUAN TEORITIS	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Pemasaran.....	6
2.1.2 Strategi Pemasaran.....	7
2.1.2.1 Indikator Strategi Pemasaran	7
2.1.2.2 Manfaat Strategi Pemasaran.....	10
2.1.2.3 Tujuan Strategi Marketing	11

2.1.3 Kualitas Pelayanan	11
2.1.3.1 Definisi Kualitas Pelayanan	11
2.1.3.2 Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan	12
2.1.3.3 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	14
2.1.4 <i>Empathy Marketing</i>	15
2.1.4.1 Definisi <i>Empathy Marketing</i>	15
2.1.4.2 Dasar Ide – Ide <i>Empathy Marketing</i>	16
2.1.4.3 Cara Menerapkan <i>Empathy Marketing</i>	16
2.1.4.4 Anjuran dan Larangan (Do’s & Don’ts) pada <i>Empathy Marketing</i>	18
2.1.5 Penjualan	19
2.1.5.1 Definisi Penjualan.....	19
2.1.5.2 Jenis – Jenis Penjualan.....	19
2.1.5.3 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Penjualan	20
2.1.5.4 Fungsi dan Tujuan Penjualan	22
2.2 Kerangka Berpikir	23
BAB 3 METODE PENELITIAN	24
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	24
3.2 Objek Penelitian	24
3.3 Lokasi Studi Kasus	25
3.4 Narasumber	25
3.5 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	26
3.5.1 Sumber Data	26
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	26
3.6 Teknik Keabsahan Data	28
3.7 Teknik Analisis Data	29
3.8 Kendala dan Keterbatasan.....	30

3.9 Pedoman Wawancara.....	32
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	39
4.1.1 Sejarah Restoran Burger King	39
4.1.2 Visi, Misi, dan Nilai Perusahaan.....	41
4.1.2.1 Visi (<i>Vision</i>)	41
4.1.2.2 Misi (<i>Mision</i>).....	41
4.1.2.3 Nilai (<i>Value</i>).....	42
4.1.3 Struktur Organisasi	43
4.2 Penyajian Data.....	44
4.3 Hasil Penelitian	49
4.3.1 Penerapan Strategi <i>Empathic Marketing</i>	49
4.3.2 Dampak Strategi <i>Empathic Marketing</i> terhadap Penjualan.....	67
4.4 Pembahasan dan Diskusi	73
4.4.1 Strategi Pemasaran dengan Penerapan <i>Empathic Marketing</i>	73
4.4.2 Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Penjualan	80
4.5 Implikasi Manajerial.....	84
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1—1	Poster Burger King	2
Gambar 2.2—2	Kerangka Berpikir	23
Gambar 4.1.1—1	Logo Burger King.....	40
Gambar 4.1.1—2	Lokasi Burger King Kota Wisata, Cibubur.....	41
Gambar 4.1.3—1	Struktur Organisasi Burger King Kota Wisata, Cibubur	43
Gambar 4.2—1	Foto Profile Wily.....	44
Gambar 4.2—2	Foto Profile Rizky	45
Gambar 4.2—3	Foto Profile Maryati	46
Gambar 4.2—4	Foto Profile Bella	47
Gambar 4.2—5	Foto Profile Miss Holi	48
Gambar 4.3.1—1	Varian Menu Burger King	50
Gambar 4.3.1—2	Tampilan Profile Instagram Burger King	51
Gambar 4.3.1—3	Tampilan Fitur Feeds Instagram Burger King	52
Gambar 4.3.1—4	Tampilan Aplikasi Burger King	64
Gambar 4.3.1—5	Tampilan Aplikasi Burger King Fitur Delivery	65
Gambar 4.3.2—1	Tampilan Promo yang dilakukan melalui Instagram.....	69

DAFTAR TABEL

Table 3.5.2—1 Pedoman Wawancara (Tahap 1 - Perkenalan).....	32
Table 3.5.2—2 Pedoman Wawancara (Tahap 2 - Pertanyaan Pihak Internal)	34
Table 3.5.2—3 Pedoman Wawancara (Tahap 2 – Pertanyaan Konsumen)	36
Table 3.5.2—4 Pedoman Wawancara (Tahap 2 – Pertanyaan Triangulator).....	37
Table 3.5.2—5 Pedoman Wawancara (Tahap 3 - Penutup)	38
Table 4.3.1—1 Cara Penerapan <i>Emphatic Marketing</i>	52
Table 4.3.1—2 Tabulasi/Kategorisasi Wawancara mengenai Cara penerapan <i>Emphatic Marketing</i>	59
Table 4.4.1—1 Tabulasi/Kategorisasi Wawancara Triangulator Mengenai Strategi Pemasaran dengan Penerapan <i>Emphatic Marketing</i>	78
Table 4.4.2—1 Tabulasi/Kategorisasi Wawancara Mengenai Pengaruh Strategi Pemasaran Pada Penjualan	83

DAFTAR FIGURE

Figure 1 Data Penjualan Burger King, Kota Wisata Cibubur	70
---	----