ANALISIS SWOT PADA PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN ONLINE PADA USAHA ABUDS KEBAB DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN *GROUNDED THEORY*

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

MUHAMMAD HASANAL BOLKIA

1191001064

PROGRAM STUDI STRATA SATU MANAGEMENT

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2023

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 : **Muhammad Hasanal Bolkia**
Nim : 1191001064
Tanda Tangan :

Tanggal : **9 Februari 2024**

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	: Muhammad Hasanal Bolkia
NIM	: 1191001064
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi	: Analisis Swot Pada Pengembangan Strategi Pemasaran Online Pada Usaha Abuds Kebab Dengan Menggunakan Pendekatan *Grounded Theory*

Telah berhasil dipertemukan 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 : Imbang Jaya Mangkuto Ir.M.B.A., MSI

Pembahas 1 : Dr. Jerry Heikal, S.T., M.M. ( )

Pembahas 2 : Ananda Fortunisa, SE., MSi ( )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 29 Februari 2024

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Imbang Jaya Mangkuto Ir.M.B.A., MSI

Penguji 1 : Dr. Jerry Heikal, S.T., M.M.

Penguji 2 : Ananda Fortunisa, SE., MSi

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 9 Februari 2024

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS) 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 Dr. Dudi Rudianto, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.
2. Prof. M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen.
3. Holila Hatta, S. Pd., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktu untuk membimbing proses akademik saya.
4. Imbang Jaya Mangkuto Ir.M.B.A., MSI selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, serta pengarahan yang bermanfaat dalam penulisan skripsi.
5. Kepada ibu tercinta ucapan terimakasih ini disampaikan dengan tulus dan penuh rasa syukur, telah menjadi sumber inspirasi, dukungan, dan cinta tanpa batas selama penulis menjalani perjalanan penulisan skripsi ini.
6. Kepada kakak-kakak penulis, bang Acel, bang Ibonk dan Uni Soons yang telah memberi semangar dan dukungan pada penulis.
7. Kepada Karina Adinda, yang selalu mendukung, memberi semangat, dan meyakinkan penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Sahabat saya Fedlyan, Isra, Jasstien dan Satrio yang selalu meluangkan waktu, menjadi tempat untuk berkeluh kesah, memberikan dukungan, serta masukan-masukan selama proses penyusunan Skripsi ini.
9. Keada pihak Abuds Kebab yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.

10. Kepada seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang turut membantu dan memotivasi saya selama proses penyusunan Skripsi ini.

Saya menyadari bahwa Skripsi yang saya susun masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saya siap menerima kritikan dan masukan guna perbaikan di waktu mendatang. Saya berharap Skripsi ini dapat memberikan nilai tambah bagi diri saya dan juga bagi pembaca.

Jakarta, 4 Maret 2024

Muhammad Hasanal Bolkia

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama	: Muhammad Hasanal Bolkia
Nim	: 1191001064
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir	: Penelitian (Skripsi)

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

Analisis Swot Pada Pengembangan Strategi Pemasaran Online Pada Usaha Abuds Kebab Dengan Menggunakan Pendekatan *Grounded Theory*

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hal cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenearnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 4 Maret 2024

Yang menyatakan,

Muhammad Hasanal Bolkia

ABSTRAK

Sebagai bisnis makanan, kebab memiliki potensi untuk menghasilkan keuntungan yang cukup besar jika dikelola dengan baik. kebab telah menjadi semakin populer di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir, terutama di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, dan Bali. Berdasarkan laporan dari The Jakarta Post, terdapat sekitar 50 gerai kebab di Jakarta pada tahun 2019 dan jumlah tersebut diperkirakan semakin bertambah seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap makanan kebab. Dengan adanya strategi *online* akan membuka banyak kesempatan para pelaku usaha untuk memulai usaha tanpa harus modal dan tempat yang membutuhkan biaya banyak. Untuk yang memiliki toko konvensional sekarang makin melebarkan sayap dengan membuka penjualan secara *online* agar semakin besar usahanya. Penulis menggunakan metode *Grounded Theory* dan analisis *SWOT* yang memungkinkan peneliti untuk membentuk konstruk dan membangun teori dari data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti bukan dari teori yang telah ada. Keterbatasan pengetahuan akan strategi marketing secara digital sangatlah minim. Oleh sebab itu Abuds Kebab selama ini tidak memiliki inovasi dari aspek digital marketing, pengembangan menu baru, serta tidak memiliki tim khusus yang dapat fokus terhadapat pengembangan bisnis yang dilakukan. Dan analisis pemetaan SWOT yang dilakukan, Abuds Kebab memiliki beberapa aspek kekuatan yaitu mengedepankan keunggulan rasa dari mayonaise Abuds Kebab yang berbeda, dan Abuds Kebab juga tetap mempertahankan kualitas walaupun harga bahan baku

Kata Kunci : Online, e-commerce, bisnis

ABSTRACT

As a food business, kebabs have the potential to generate quite large profits if managed well. kebabs have become increasingly popular in Indonesia in recent years, especially in big cities such as Jakarta, Bandung, Surabaya, and Bali. Based on a report from The Jakarta Post, there were around 50 kebab outlets in Jakarta in 2019 and this number is expected to increase in line with the increasing public interest in kebab food. Having an online strategy will open up many opportunities for business people to start a business without having to invest a lot of capital and space. Those who have conventional shops are now expanding their wings by opening online sales to make their business bigger. The author uses the Grounded Theory method and SWOT analysis which allows researchers to form constructs and build theories from data directly collected by researchers, not from existing theories. Limited knowledge of digital marketing strategies is very minimal. For this reason, Abuds Kebab has so far lacked innovation in terms of digital marketing, new menu development, and does not have a special team that can focus on the business development it is carrying out. And the SWOT mapping analysis carried out, Abuds Kebab has several aspects of strength, namely emphasizing the superior taste of different Abuds Kebab mayonnaise, and Abuds Kebab also maintains quality despite the price of raw materials

Keywords: Online, e-commerce, busines

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS ..... **I**

HALAMAN PENGESAHAN ..... **II**

DEWAN PENGUJI ..... **III**

KATA PENGANTAR ..... **IV**

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ..... **VI**

ABSTRAK ..... **VII**

ABSTRACT ..... **VIII**

DAFTAR GAMBAR ..... **XI**

DAFTAR TABEL ..... **XI**

LAMPIRAN ..... **XI**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1. Latar belakang **1**

1.2. Riset Penjualan **2**

1.3. Rumusan Masalah 8

1.4. Tujuan Penelitian 8

1.5. Manfaat Penelitian 8

BAB II KONSEP BISNIS **10**

2.1. Profil Usaha Abuds Kebab 10

2.2. Strategi Usaha **12**

2.3. Pengembangan Produk (*Product*) **13**

2.4. Penentuan Harga (*Price*) **14**

2.5. Uraian Persaingan **14**

2.6. Daftar Produk **15**

2.7. Matriks Penelitian **16**

2.8. Kerangka Berpikir **20**

BAB III METODE PENELITIAN **21**

3.1. Jenis Penelitian **21**

3.2. Tempat dan Waktu Penelitian 21
3.3. Objek Penelitian 21
3.4. Sumber Data 21
3.5. Teknik Pengumpulan Data 22
3.6. Metodologi 22
3.7. Analisis SWOT 25
3.8. Triangulasi 28

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN 29
4.1. Wawancara Verbatim 29
4.2. Coding 39
4.3. Themes 42
4.4. Analisa SWOT 43

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 48

5.1. Kesimpulan 48
5.2. Saran 50

LAMPIRAN 52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Bakmie JA Padang 2
Gambar 1.2 Data Penjualan Toko Abuds Kebab 2018 – 2022 3

Gambar 2.1 Logo Abuds Kebab 11
Gambar 2.2 Etalase Abuds Kebab 12
Gambar 2.3 Kebab Meat Lovers 15
Gambar 2.4 Kebab Twistbud Series 15
Gambar 2.5 Kebab Monster 16
Gambar 2.6 Kerangka Berpikir 20

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Daftar Produk 14

Tabel 3.1 SWOT Analysist Chart 27

Tabel 4.1 Wawancara Verbatim Pemilik Abuds Kebab 29
Tabel 4.2 Wawancara Verbatim Konsumen 34
Tabel 4.3 Wawancara Karyawan 37
Tabel 4.4 Coding 39
Tabel 4.5 Themes 42
Tabel 4.6 Analisa SWOT 43

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Wawancara Verbatim Pemilik Abuds Kebab 52
Lampiran 2 : Wawancara Verbatim Karyawan Abuds Kebab 52
Lampiran 3 : Validitas Triangulasi Dengan Dosen Marketing 53