

ANALISIS PROMOSI BISNIS *FRANCHISE* “KEBAB TURKI

BABA RAFI “ DI SEMARANG

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Gelar Kesarjanaan
S1 Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katholik Soegijapranata Semarang



Disusun oleh :

Nama : Necolleta Sevie De Hara

NIM : 10.30.0104

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATHOLIK SOEGIJAPRANATA

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul :

**ANALISIS PROMOSI BISNIS *FRANCHISE* “KEBAB TURKI BABA RAFT” DI
SEMARANG**

oleh:

Necolleta Sevie De Hara

10.30.0104

Disetujui dan diterima baik oleh pembimbing :

Semarang, 18 September 2014

A.EVA MARIA SUKESI,SE.MM

HALAMAN PENGESAHAN

Telah diterima dan disahkan oleh panitia penguji, pada :

September 2014, skripsi dengan judul :

ANALISIS PROMOSI BISNIS *FRANCHISE* “KEBAB TURKI BABA RAFT” DI SEMARANG

oleh :

Necolleta Sevie De Hara

10.30.0104

Tim Penguji,

(Dra. B. Irmawati,MS) (Eny Trimeiningrum,SE.MSI) (A.Eva Maria Sukesni,SE.MM)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata

(A Sentot Suciarto,PHD)

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

ANALISIS PROMOSI BISNIS *FRANCHISE* “KEBAB TURKI BABA RAFI” DI SEMARANG

Benar-benar merupakan karya saya. Saya tidak mengambil sebagian atau seluruh karya orang lain yang seolah-olah saya akui sebagai karya saya. Apabila saya melakukan hal tersebut, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata.

Semarang, 18 September 2014

Yang menyatakan,

Necolleta Sevie De Hara

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Selama kebenaran ada disampingmu, janganlah engkau takut, sekalipun engkau berdiri sendiri dimuka dunia seluruhnya. Pasanglah telinga-mu baik – baik kepada suara ke-Tuhanan yang memberi kamu kehidupan yang timbul dalam lubuk hatimu. Janganlah engkau berubah dan berpaling dari kebenaran yang menjadi keharusan untuk kehidupanmu harus rela mati dalam menempuhnya. Sekalipun engkau tinggalkan oleh karena istrimu, anak – anakmu dan teman – teman sejawatmu.

(D.J. Schwart)

Untuk esok, pikirkan hari ini jika ingin berhasil, pikirkan masa depan anda, hari ini tanpa sikap ini anda akan pasti gagal. (Rupert Murdoch)

Skripsi ini, penulis persembahkan untuk :

- ❖ TUHAN YANG MAHA ESA
- ❖ ORANG TUA TERCINTA
- ❖ PACAR TERSAYANG
- ❖ SAHABAT-SAHABAT SEPERJUANGAN
- ❖ DOSEN PEMBIMBING SAYA YANG SELALU MEMBERI PENGARAHAN DAN MOTIVASI
- ❖ DOSEN-DOSEN KONSENTRASI KEWIRAUSAHAAN SERTA SELURUH DOSEN YANG TELAH MEMBANTU SAYA DALAM PERKULIAHAN

KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati penulis memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT karena hanya dengan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu persyaratan untuk meraih gelar derajat kesarjanaaan (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen dan Bisnis Universitas Katholik Soegijapranata Semarang, dengan judul :

ANALISIS PROMOSI BISNIS *FRANCHISE* “ KEBAB TURKI BABA RAFI “ DI SEMARANG

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tersusun berkat sumbangan pemikiran dan bantuan dari berbagai pihak maka oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis ingin menghanturkan banyak terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang senantiasa memberikan pencerahan disaat mengalami kesulitan.
2. A. Eva Maria Sukes,SE.MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan perhatiannya dalam proses penyusunan skripsi ini dengan tekun dan teliti.
3. A Sentot Suciarto,PHD selaku kepala dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIKA Soegijapranata Semarang.
4. Eny Trimeiningrum,SE.Msi. selaku kepala program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIKA Soegijapranata Semarang dan selaku Dosen Penguji yang membantu dalam kelancaran ujian pra skripsi dan skripsi.
5. DRA. B. Irmawati,MS selaku Dosen Penguji yang membantu dalam kelancaran pelaksanaan ujian pra skripsi dan skripsi.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIKA Soegijapranata yang telah mendidik dan membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan.
7. Staff Karyawan UNIKA Soegijapranata yang senantiasa membantu dalam kelancaran administrasi.

8. Pihak Kebab Turki Baba Rafi di Semarang yang telah membantu penulis dalam proses pengambilan data.
9. Ayah, Mama, dan semua keluarga tercinta yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Melly Arisandi dan Shera Heidy Permata Sari selaku Kakak dan Adik saya yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.
11. Dastin Olievani Andhika selaku pacar tersayang yang selalu memberikan semangat dan motivasi dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.
12. Eva Listya Fitriawati dan Yenita Natalia S selaku sahabat saya yang selalu memberikan motivasi dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Martin Wijaya , Poe Jefry dan teman KKP (Dipo, Johan, Andik, Isnia, Rissa, Anin, dan Tyo) selaku teman seperjuangan saya yang selalu memberikan semangat dan motivasi dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.
14. Teman-teman satu angkatan dengan saya yang juga membantu memberikan motivasi serta saran dalam skripsi ini.
15. Responden yang berkenan membantu penulis dengan berpartisipasi dalam proses wawancara yang dilakukan untuk keperluan penelitian.
16. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu hingga tersusunnya skripsi ini

Penulis memohon maaf sekiranya penyajian maupun pembahasan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, khususnya bidang manajemen sumber daya manusia.

Semarang, 18 September 2014

Necolleta Sevie De Hara

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh makin maraknya bisnis *franchise* yang ada di Indoneesia sehingga membuat salah satu bisnis *franchise* Kebab Turki Baba Rafi dimana bisnis Kebab Turki Baba Rafi merupakan bisnis franchising dengan ketentuan biaya murah dan bahan sudah disediakan juga tidak terlalu memakan tempat yang begitu luas. Untuk mendukung itu semua maka wirausaha dalam mengembangkan usahanya membutuhkan adanya promosi dimana promosi adalah bagian dari bauran pemasaran yang besar peranannya. Selain itu promosi merupakan yang secara aktif dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan, karena itu promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi agar melakukan pertukaran dalam pemasaran. Kegiatan dalam promosi ini pada umumnya adalah periklanan, personal selling, promosi penjualan, pemasaran langsung, serta hubungan masyarakat dari publisitas

Selanjutnya dilakukan tinjauan pustaka maka data di kumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 50 orang konsumen dan 5 orang pemilik *franchise* Kebab Turki Baba Rafi yang berada di 5 lokasi yaitu : Mrican, Kedungmundu, Sambiroto, Majapahit dan Gajah. Kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan kategori rentang skala dan setelah dihitung menggunakan rentang skala maka dilakukan enterprestasi pada variabel yang ada di promosi agar hasilnya akan diketahui secara optimal antara konsumen dan pemilik *franchise* ada selisih sebesar 0,98 ini berarti bahwa konsumen merasa pemilik sudah melakukan promosi tentang produknya namun nilainya relative kecil sehingga perlu untuk ditingkatkan lagi agar hasilnya lebih optimal.

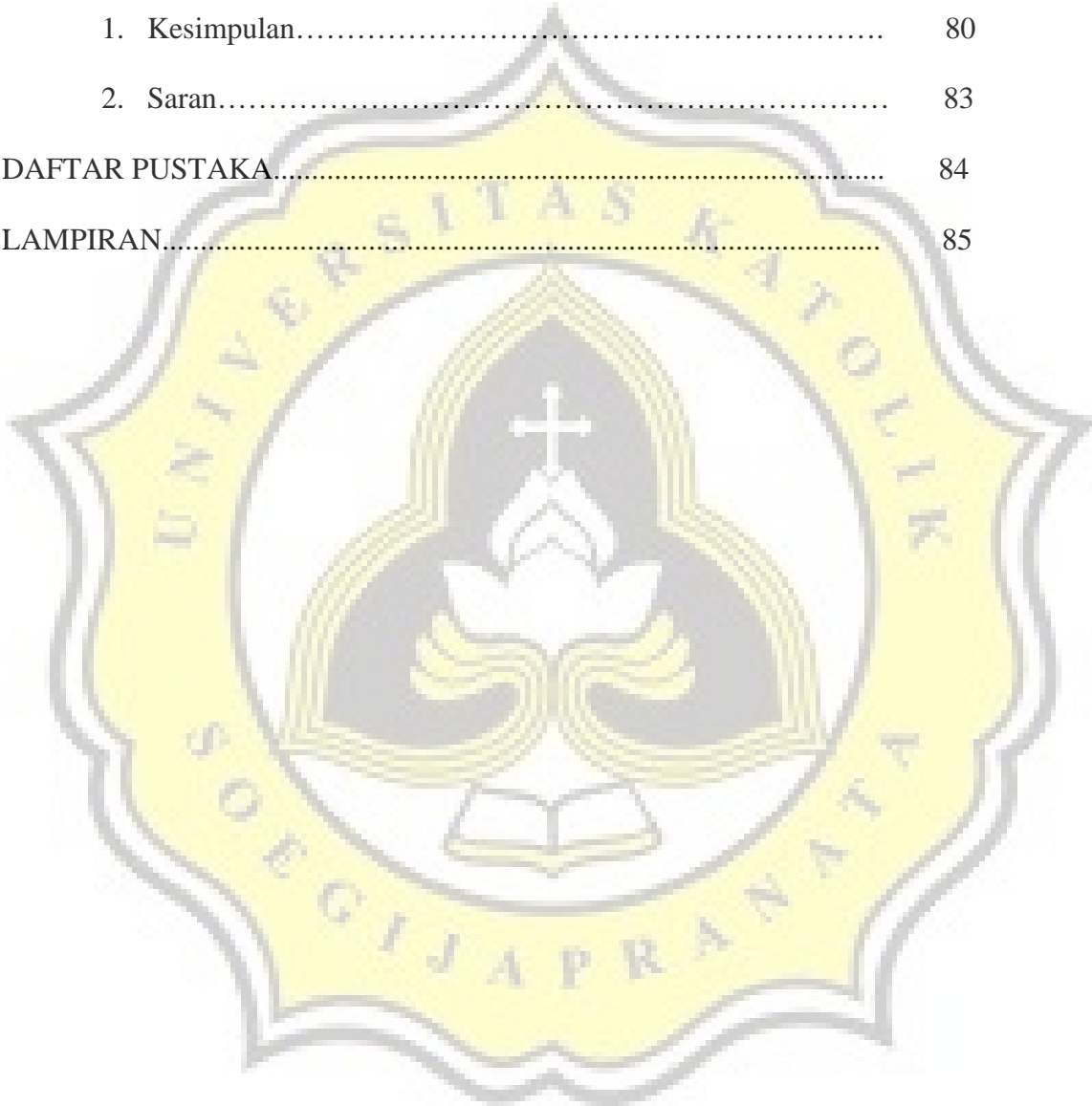
Kata kunci: periklanan, personal selling, promosi penjualan, pemasaran langsung dan hubungan masyarakat

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB.I PENDAHULUAN.....	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Perumusan Masalah.....	7
3. Tujuan Penelitian.....	7
4. Manfaat Penelitian.....	7
BAB.II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
1. Pengertian Promosi.....	9
2. Pengertian Kewirausahaan.....	15
3. Pengertian Waralaba (<i>franchise</i>).....	18
4. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	20
5. Definisi Operasional.....	22

BAB.III METODE PENELITIAN.....	25
1. Lokasi Penelitian.....	25
2. Populasi	25
3. Teknik Sampling.....	25
4. Data Yang Dipergunakan dan Metode Pengumpulan Data.....	26
5. Teknik Pengukuran Data.....	27
BAB.IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
1. Gambaran Umum Dan Organisasi.....	32
1.1 Sejarah Berdirinya Kebab Turki Baba Rafi.....	32
1.2 Analisis Sistem Informasi Pemasaran Kebab Turki Baba Rafi.....	32
1.3 Tahapan Menjadi Franchise Kebab Turki Baba Rafi.....	34
2. Gambaran Umum Responden.....	36
2.1 Konsumen.....	36
2.2 Pemilik <i>Franchise</i>	37
3. Pengolahan Data Konsumen.....	38
3.1. Periklanan.....	38
3.2 Penjualan Personal.....	41
3.3 Promosi Penjualan.....	45
3.4 Hubungan Masyarakat.....	49
3.5 Pemasaran Langsung.....	53
4. Pengolahan Data Pemilik <i>Franchise</i>	56
4.1 Periklanan.....	56
4.2 Penjualan Personal.....	60

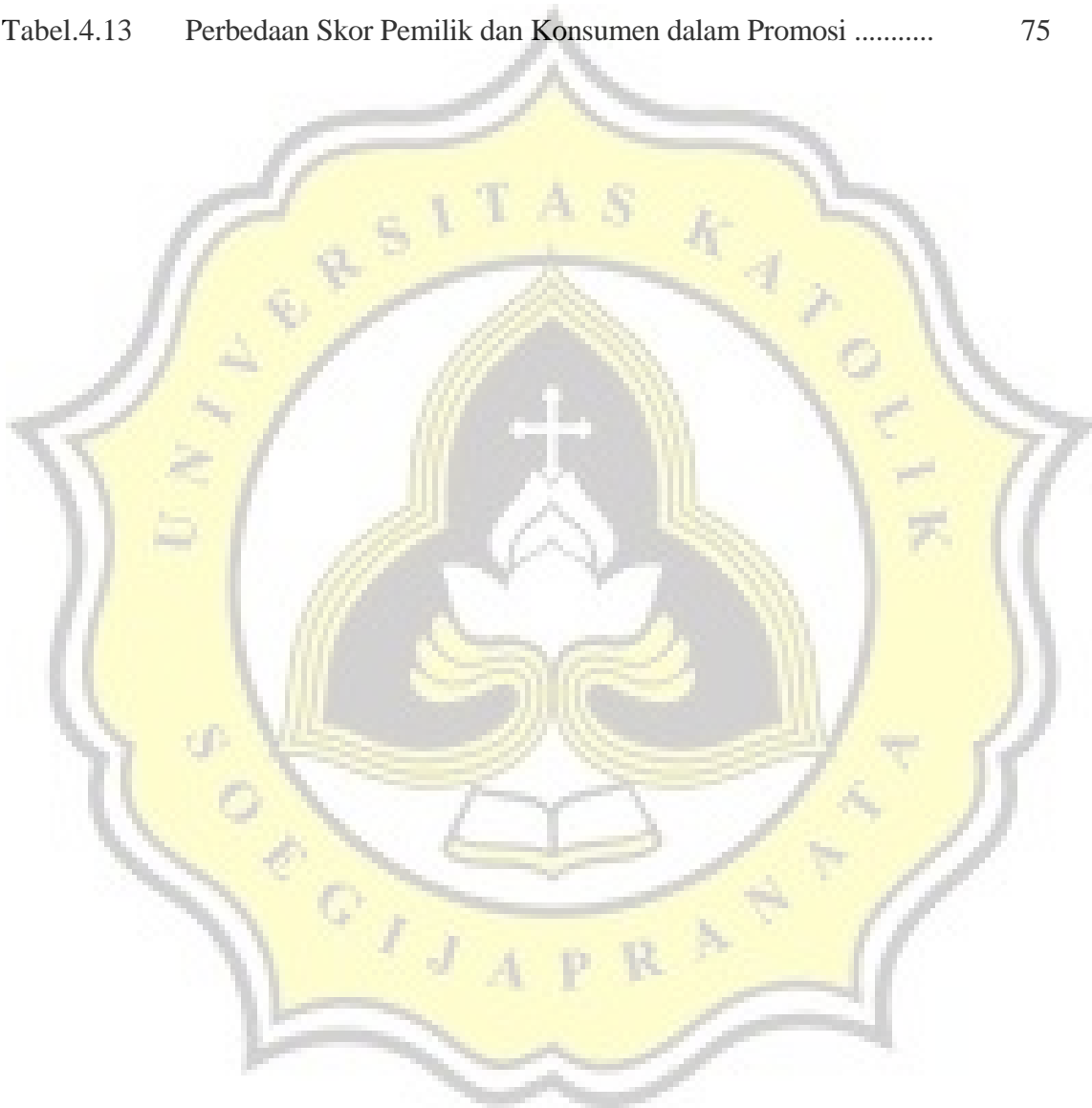
4.3 Promosi Penjualan.....	64
4.4 Hubungan Masyarakat.....	68
4.5 Pemasaran Langsung.....	71
BAB.V PENUTUP.....	80
1. Kesimpulan.....	80
2. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN.....	85



DAFTAR TABEL

Tabel.I.1	Rekapitulasi Data Lapangan Tentang Promosi Di Waralaba (<i>Franchise</i>) Kebab Turki Baba Rafi.....	4
Tabel.3.1	Kategori Rentang Skala (Konsumen).....	28
Tabel.3.2	Kategori Rentang Skala (Pemilik <i>Franchise</i>).....	30
Tabel.4.1	Identitas Responden (Konsumen).....	36
Tabel.4.2	Identitas Responden (Pemilik <i>Franchise</i>).....	37
Tabel.4.3	Rekapitulasi Jawaban Konsumen Tentang Periklanan Di Kebab Turki Baba Rafi.....	38
Tabel.4.4.	Rekapitulasi Jawaban Konsumen Tentang Penjualan Personal Di Kebab Turki Baba Rafi.....	41
Tabel.4.5	Rekapitulasi Jawaban Konsumen Tentang Promosi Penjualan Di Kebab Turki Baba Rafi.....	45
Tabel.4.6	Rekapitulasi Jawaban Konsumen Tentang Hubungan Masyarakat Di Kebab Turki Baba Rafi.....	49
Tabel.4.7	Rekapitulasi Jawaban Konsumen Tentang Pemasaran Langsung Di Kebab Turki Baba Rafi.....	54
Tabel.4.8	Rekapitulasi Jawaban Pemilik Tentang Periklanan Di Kebab Turki Baba Rafi.....	57
Tabel.4.9	Rekapitulasi Jawaban Pemilik Tentang Penjualan Personal Di Kebab Turki Baba Rafi.....	60
Tabel.4.10	Rekapitulasi Jawaban Pemilik Tentang Promosi Penjualan Di Kebab Turki Baba Rafi.....	64

Tabel.4.11	Rekapitulasi Jawaban Pemilik Tentang Hubungan Masyarakat Di Kebab Turki Baba Rafi.....	68
Tabel.4.12	Rekapitulasi Jawaban Pemilik Tentang Pemasaran Langsung Di Kebab Turki Baba Rafi.....	71
Tabel.4.13	Perbedaan Skor Pemilik dan Konsumen dalam Promosi	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar.II1	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	21
------------	----------------------------------	----

