

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN PADA RUMAH
MAKAN WONG SOLO CABANG PONDOK GEDE
MENGUNAKAN SWOT**

**MIFTAH FUAD
8223108310**



**Karya Ilmiah ini disusun untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mendapatkan Gelar Ahli Madya
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII PEMASARAN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2015**

ABSTRACT

MIFTAH FUAD. 2010. 8223108310. Analisis Bauran Pemasaran Pada Rumah Makan Wong Solo Cabang Pondok Gede Menggunakan SWOT. Program Studi DIII Pemasaran. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta. Program Studi DIII Pemasaran. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

The scientific work aims to analyze the marketing strategy Wong Solo Restaurant Branch Pondok Gede used SWOT. The method used in this research is descriptive analysis method of data collection through literature study, observation, and interviews.

From the results of the writing can be seen that the internal factors that have the greatest power is the menu that is served which has a distinctive taste, while the other four powers are: quality control of grilled chicken restaurant Wong Solo done strictly, human resources owned by Wong Solo's restaurant quality, products owned Wong Solo's Restaurant has had 47 menus, system sales made by Wong Solo's Restaurant. is to set up branches or representative as much as possible. Score a total strength of 1,650, while the weakness of 0.70. so can dikatakan that the power is still greater than the disadvantages.

Keywords: Marketing Mix, SWOT

ABSTRAK

MIFTAH FUAD. 2010. 8223108310. Analisis Bauran Pemasaran Pada Rumah Makan Wong Solo Cabang Pondok Gede Menggunakan SWOT. Program Studi DIII Pemasaran. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta. Program Studi DIII Pemasaran. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Karya Ilmiah ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran Rumah Makan Wong Solo Cabang Pondok Gede menggunakan SWOT. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui studi pustaka, observasi, dan wawancara.

Dari hasil penulisan dapat diketahui bahwa faktor internal yang memiliki kekuatan terbesar adalah menu yang disajikan yang memiliki cita rasa yang khas, sedangkan empat kekuatan lainnya ialah : pengawasan mutu ayam bakar Rumah Makan Wong Solo dilakukan secara ketat, sumber dayamanusia yang dimiliki oleh Rumah Makan Wong Solo berkualitas, produk yang dimiliki Rumah Makan Wong Solo telah memiliki 47 menu, sistem penjualan yang dilakukan oleh Rumah Makan Wong Solo. adalah dengan mendirikan cabang atau perwakilan sebanyak-banyaknya. Skor total kekuatan sebesar 1.650 sedangkan kelemahan 0.70. sehingga dapat dikatakan bahwa kekuatan masih lebih besar dibandingkan dengan kelemahannya.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, SWOT

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN

Pembimbing

Tanda tangan

Tanggal

Agung Kresnamurti, ST. MM
NIP. 1974 0416 200604 100 1

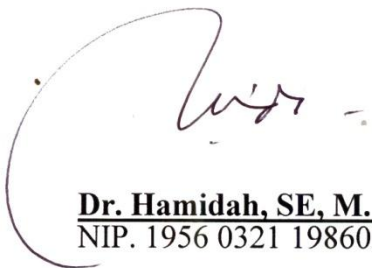


29 Juli 2015


Jakarta, 29 Juli 2015

Ketua Jurusan Manajemen

Ketua Program Studi Pemasaran



Dr. Hamidah, SE, M. SI.
NIP. 1956 0321 198603 2 001



Dra. Umi Mardiyati, M. Si
NIP. 1957 0221198503 2 002

LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi – Universitas Negeri Jakarta



Drs. Dedi Purwana, ES., M.Bus
NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua penguji		
<u>Dra.Umi Mardiyati, M.Si</u> NIP. 1957 0221 1985 03 2 002		3 Agustus 2015
Penguji ahli		
<u>Dra. Sholikhah, MM</u> NIP. 19620623 199003 2 001		1 Agustus 2015
Dosen Pembimbing		
<u>Agung Kresnamurti, ST, MM</u> NIP/ 19740416 200604 1 001		30 Juli 2015

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah swt. Atas segala rahmat dan karunia Nya kepada saya selaku penulis, karena dengan karunia Nya lah penulis dapat menyelesaikan penyusunan karya ilmiah yang berjudul: Analisis Bauran Pemasaran Pada Rumah Makan Wong Solo Menggunakan SWOT.

Karya Ilmiah ini disusun ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan penulis untuk memperoleh gelar ahli madya di bidang pemasaran pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini tidak akan selesai apabila tidak ada kontribusi dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang berkontribusi secara langsung maupun tidak langsung terhadap penulisan karya ilmiah ini. Tak lupa juga penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yang selama ini membimbing penulis hingga karya ilmiah ini terselesaikan.

Penulis turut pula mengucapkan terima kasih kepada

1. Drs. Dedi Purwana. ES, M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Hamida, SE, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dra. Umi Mardiyati, SE, M.Si, selaku Ketua Program Studi D3 Manajemen Pemasaran serta semua jajarannya.

4. Agung Kresnamurti Rivai, SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dalam memberikan pengarahan dan masukan bagi penulis dalam penyusunan karya ilmiah ini.
5. Kedua orang tua, istri dan adik-adik tercinta yang telah memberikan semangat dan doa kepada penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini.
6. Karyawan dan manajemen Rumah Makan Wong Solo yang telah memberikan izin untuk melakukan penulisan karya ilmiah ini.
7. Demikian pula untuk rekan – rekan mahasiswa yang banyak sekali memberi motivasi dan bantuan untuk penulisan karya ilmiah ini.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis menerima segala kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Jakarta, Juli 2015

Penulis