

ABSTRACT

Vivin Safitri. The Analysis of Marketing Strategy Determination at kuliner services Chicken Mania In Bangkalan. At the direction of Bambang Setiyo Pambudi, SE., MM dan Hadi Purnomo, SE., MM.

The purpose of this research is determined of marketing strategy using BCG analysis at kuliner services Chicken Mania in Bangkalan. The BCG analysis used to market growth analysis, relative market share analysis and used to know where product position of company along with strategy alternative had to do by company to hold out between competitors.

Used of data in this research is sales data Chicken Mania at 2011-2013 years, this research is qualitative research where analysis method is BCG analysis that used until the company can determined of marketing strategy to furtherance of company. BCG matrix has two axle and four quadrant, at vertical axle explained market growth and at horizontal axle explained relative market share. The four quadrant are Star, Question Mark, Cash Cow and Weakened (Dog), in each quadrant has different of meaning.

The result of this research is indicated that use analysis BCG matrix at the type of package A and B in Chicken Mania at position of quadrant II (*star*) explained that strategy must be doing is give of comfortable to customer be to prepared of playing arena for children, horizontal integration as opened of branch franchise in another area, doing cooperation with drink of soda companies and added menu or new package in Chicken Mania. And the type of package C in Chicken Mania at position of quadrant III (Cash Cow), strategy alternative that must be doing by Chicken Mania is added food menu at the package with achieved price, and applying for delivery services at ordered food menu to customer who can't direct to Chicken Mania outlet.

Keywords: strategy marketing, the exist of package type, BCG (Boston Consulting Group)

ABSTRAK

Vivin Safitri, Analisis Penentuan Strategi Pemasaran pada Jasa Kuliner Chicken Mania di Bangkalan. Dibawah bimbingan Bambang Setiyo Pambudi, SE., MM dan Hadi Purnomo, SE., MM.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan strategi pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan analisis BCG (*Boston Consulting Group*) pada jasa kuliner Chicken Mania di Bangkalan. Analisis BCG ini digunakan untuk menganalisis tingkat pertumbuhan pasar, posisi pangsa pasar relatif dan untuk mengetahui dimana posisi produk pada perusahaan serta alternatif strategi apa yang harus digunakan oleh perusahaan untuk bertahan diantara pesaingnya.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data penjualan Chicken Mania pada tahun 2011-2013, penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Sedangkan metode analisisnya yaitu BCG (*Boston Consulting Group*), sehingga perusahaan dapat menentukan strategi yang sesuai untuk kemajuan perusahaan. Matriks BCG ini memiliki dua sumbu dan empat kuadran, pada sumbu vertikal digambarkan dengan tingkat pertumbuhan pasar dan pada sumbu horizontal digambarkan dengan pangsa pasar relatif. Empat kuadran tersebut adalah *Star*, *Question Mark*, *Cash Cow* dan *Lapuk*. Setiap kuadran memiliki pengertian yang berbeda-beda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis dengan menggunakan matriks BCG pada jenis paket A dan B di Chicken Mania berada pada kuadran II (*Stars*) sehingga strategi yang harus digunakan adalah memberikan kenyamanan kepada pengunjung dengan menyediakan arena bermain untuk anak-anak, *horizontal integration* dengan membuka cabang *franchise* di daerah lain, bekerjasama dengan perusahaan minuman soda dan menambah paket dan menu baru di Chicken Mania. Sedangkan untuk jenis paket C di Chicken Mania ini berada pada kuadran III (*Cash Cows*), alternatif strategi yang dapat dilakukan oleh Chicken Mania adalah menambah menu dalam paket dengan harga yang terjangkau, serta menggunakan layanan *delivery* (pesan antar) dalam pemesanan menu makanan untuk konsumen yang tidak bisa membeli langsung di *outlet* Chicken Mania.

Kata kunci: Strategi pemasaran, Posisi jenis paket, BCG (*Boston Consulting Group*)