

ANALISIS EFEKTIVITAS KEGIATAN PEMASARAN BISNIS KELUARGA RESTORAN S DI BANDUNG MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

Angel Christina

2016120122

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM SARJANA MANAJEMEN

Terakreditasi oleh BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018

BANDUNG

2020

**ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF THE S RESTAURANT
FAMILY BUSINESS's MARKETING ACTIVITIES IN B/ANDUNG
USING SWOT ANALYSIS**



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete the requirements
of A Bachelor Degree in Management

By :

Angel Christina

2016120122

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN MANAGEMENT**

Accredited by BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018

BANDUNG

2020

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN



**Analisis Efektivitas Kegiatan Pemasaran Bisnis Keluarga Restoran S
Di Bandung Menggunakan Analisis SWOT**

Oleh :

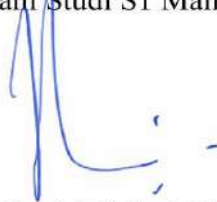
Angel Christina

2016120122

PERSETUJUAN UNTUK DISIDANGKAN

Bandung, 15 Juni 2020

Ketua Program Studi S1 Manajemen,



Dr. Istiharini, S.E., M.M.

Pembimbing,



Probowo Erawan Sastroredjo, S.E., M.Sc.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Angel Christina
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 21 Desember 1997
Nomor Pokok : 2016120122
Program studi : Manajemen
Jenis naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Analisis Efektivitas Kegiatan Pemasaram Bisnis Keluarga Restoran S Di Bandung
Menggunakan Analisis SWOT

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan: Probowo Erawan Sastroredjo, S.E.,
M.Sc.

MENYATAKAN

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, ma- kalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut plagiat (*plagiarism*) meru- pakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU. No 20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan unruk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70: Lulusan yang karya ilmiahnya yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademi, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,
Dinyatakan tanggal : 15 Juni 2020
Pembuat pernyataan :



(Angel Christina)

ABSTRAK

Bisnis keluarga memiliki pengaruh yang cukup signifikan pada perekonomian di Indonesia, hampir 90% nya merupakan bisnis keluarga. Saat ini, salah satu industri bisnis keluarga yang sedang bertumbuh secara cepat adalah industri makanan dan minuman. Restoran S adalah salah satu bisnis keluarga yang bergerak dalam industri makanan dan minuman. Restoran S memiliki beberapa masalah dalam melakukan kegiatan pemasaran di mana saat sudah melakukan promosi, kenaikan penjualan yang diperoleh kurang signifikan sehingga penjualannya tidak stabil.

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis tingkat efektivitas dalam kegiatan pemasaran, menyusun rencana alternatif dan mengukur kinerja keuangan Restoran S. Metode penelitian yang digunakan yaitu analisis deskriptif eksploratif dengan analisis SWOT. Untuk mencapai kesimpulan SWOT dan mengetahui rencana pemasaran yang tepat untuk Restoran S maka dilakukan analisis lingkungan internal menggunakan IFAS dan lingkungan eksternal menggunakan EFAS. Analisis SWOT ini dibantu dengan EPIC Model untuk mengukur efektivitas iklan dan rasio profitabilitas untuk mengukur kinerja keuangan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan dalam diagram SWOT Restoran S berada pada kuadran II dimana walaupun menghadapi berbagai ancaman, Restoran S masih mempunyai kekuatan dari segi internal sehingga rencana yang dapat diterapkan adalah diversifikasi. Hasil yang didapatkan dari EPIC Model adalah 2,71. Hal tersebut menjelaskan bahwa iklan yang dilakukan sudah cukup efektif tetapi belum maksimal dalam memanfaatkan media sosial untuk melakukan kegiatan pemasaran. Sedangkan untuk hasil dari rasio profitabilitas adalah secara marjin laba kotor Restoran S mengalami peningkatan tetapi secara marjin laba bersih mengalami penurunan. Artinya, kemampuan restoran S dalam menghasilkan laba masih kurang stabil.

Kata kunci: Bisnis Keluarga, Efektivitas Kegiatan Pemasaran, Analisis SWOT, EPIC Model dan Rasio Profitabilitas.

ABSTRACT

The family business has a significant effect on economic growth in Indonesia, almost 90% of it are family businesses. Nowadays, one of the family business industries that is growing rapidly is food and beverages. S Restaurant is one of a family business in the food and beverage industry. S Restaurant has some problems in investing and developing in marketing activities where when he does promotion, the increase in sales obtained is insignificant and sales are not stable.

The purpose of this study was to analyze the level of effectiveness in marketing activities, develop alternative plans and measure the financial performance of S Restaurants. The research method used is descriptive exploratory analysis with SWOT analysis. To reach the SWOT conclusions and find out the right marketing plan for S Restaurants, an internal environmental analysis using IFAS and an external environment using EFAS were conducted. This SWOT analysis is assisted by the EPIC Model to measure advertising effectiveness and profitability ratios to measure financial performance.

Based on the results of the study it can be concluded in the SWOT diagram Restaurant S is in quadrant II where despite facing various threats, Restaurant S still has internal strength so that the plan that can be applied is diversification. The results obtained from the EPIC Model are 2.71. This explains that the ads that have been done are quite effective but have not been maximized in utilizing social media for marketing activities. As for the results of the profitability ratio, Restaurant S's gross profit margin has increased but the net profit margin has decreased. That is, the ability of S restaurants in generating profits is still less stable.

Keywords: Family Business, Effectiveness of Marketing Activities, SWOT Analysis, EPIC Model and Profitability Ratios.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas berkat dan rahmat Tuhan Yesus Kristus sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Penulisan skripsi ini dilakukan dengan mendapatkan banyak bantuan, bimbingan, dukungan sehingga dapat menyelesaikan studi di Universitas Katolik Parahyangan. Penulis sangat bersyukur serta berterima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus, yang menguatkan dan memampukan saya untuk melewati setiap tantangan yang ada selama menyelesaikan studi ini.
2. Papi, Mami, Brenda, Felix, dan keluarga lainnya yang selalu percaya, mendengarkan keluh kesah, dan mendukung penuh penulis dari awal perkuliahan hingga penulis menyelesaikan studi.
3. Bapak Probowo Erawan Sastroredjo, S.E., M.Sc. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, perhatian, saran, dan masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Ibu Dr. Budiana Gomulia, Dra., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
5. Ibu Dr. Istiharini, S.E., M.M. selaku Kepala Program Studi Sarjana Manajemen Universitas Katolik Parahyangan.
6. Ibu Rizka Nugraha Pratikna, S.E., M.M. selaku dosen wali atas dukungan, bantuan, doa dan bimbingannya selama penulis menyelesaikan studi di Universitas Katolik Parahyangan.
7. Pemilik Restoran S yang telah bersedia menjadi narasumber untuk skripsi penulis dan bersedia memberikan rincian keuangan kepada penulis.
8. Brenda Christina selaku adik tercinta dan ternyebelina yang sudah menemani dan merecoki penulis selama penulisan skripsi ini.
9. Febbyana Abigael, selaku teman penulis sedari sekolah dasar dan *my human diary* yang selalu ada dan menjadi *support system* bagi penulis selama menjalani kuliah dan penulisan skripsi ini sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan penuh bercandaan sehingga penulis tidak stress dalam menyusun skripsi ini.
10. Michele Brigitta dan Prisa Rizky Yulistia selaku teman kuliah semenjak awal masuk kuliah, teman kelas bareng, teman penulis di kampus, teman yang

selalu ada di saat susah maupun senang dan teman ketawa di saat sedang mumet dengan dunia kampus.

11. Catharine Suwanto, Eprillia, Felice Multiwijaya, Ivena Alverine dan Verent Oktavia, selaku teman penulis sejak SMA hingga saat ini yang menjadi satu grup yaitu Buah Apel, teman yang selalu ada saat penulis kesulitan menulis skripsi, teman yang menjadi *support system* di saat penulis *down*.
12. Janice Suherman dan Syerley Novany, selaku teman yoga sekaligus temen ngakak penulis selama semester terakhir ini yang selalu bikin ketawa setiap kali yoga, yang membuat hari-hari penulis semakin berwarna, teman yang bisa di telepon sampai subuh dan ngakak-ngakak dan teman yang memberi dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Valerie Delti Pricila selaku teman SMA yang menjadi dekat setelah sekelompok kewirausahaan D'Javu dan selalu membantu penulis dalam perkuliahan jika mengalami kesusahan serta memberikan *support* yang positif kepada penulis dalam mengerjakan skripsi.
14. Gredy Ardianto selaku mantan pacar yang sudah menemani penulis sejak awal kuliah hingga saat ini, memberikan dukungan berupa makanan dan semangat dan selalu mendoakan penulis agar cepat selesai mengerjakan skripsi.
15. Dan semua teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu per satu, yang senantiasa mendoakan dan mendukung penulis dalam menyelesaikan studi.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca. Harapan penulis, semoga melalui penyusunan skripsi ini bisa membawa manfaat bagi Anda yang membacanya.

Bandung, 15 Juni 2020

Angel Christina

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	11
1.1 Latar Belakang	11
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.5 Kerangka Pemikiran	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Bisnis Keluarga	18
2.1.1 Definisi Bisnis Keluarga	18
2.1.2 Karakteristik Bisnis Keluarga	19
2.2 Konsep Efektivitas	20
2.2.1 Pengertian Efektivitas	20
2.2.2 Ukuran Efektivitas	20
2.2.3 Cara Mengukur Efektivitas	21
2.3 Pemasaran	23
2.3.1 Pengertian Pemasaran	23
2.3.2 Konsep Pemasaran	24
2.4 Analisis SWOT	26
2.4.1 Pengertian Analisis SWOT	26
2.4.2 Komponen Analisis SWOT	27
2.4.3 Faktor yang mempengaruhi analisis SWOT	29
2.4.4 Matriks IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>)	29
2.4.5 Matriks EFAS (<i>External Factor Analysis Summary</i>)	31
2.5 Matriks SWOT	32

2.6	STP (<i>Segmenting, Targeting and Positioning</i>)	34
2.7	Bauran Pemasaran	38
2.7.1	Variabel Bauran Pemasaran	38
2.8	Analisis Laporan Keuangan	41
2.8.1	Analisis Rasio Keuangan	41
BAB III METODE DAN OBJEK PENELITIAN		43
3.1	Metode dan Jenis Penelitian	43
3.2	Jenis dan Sumber Data	43
3.2.1	Jenis Data	43
3.2.2	Sumber Data.....	43
3.3	Teknik Pengumpulan Data	44
3.4	Populasi dan Sampel	44
3.5	Indikator Variabel Kuesioner	46
3.6	Teknik Analisis Data	47
3.6.1	Analisis SWOT	47
3.6.2	Analisis EPIC Model.....	48
3.6.3	Analisis Rasio Profitabilitas.....	51
3.7	Objek Penelitian	52
3.7.1	Profil Perusahaan	52
3.7.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	52
3.7.3	Struktur Perusahaan	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Analisis SWOT	54
4.1.1	Diagram SWOT	56
4.1.2	Matriks SWOT	60
4.2	Analisis Tingkat Efektivitas Iklan pada Instagram Restoran S	63
4.2.1	Dimensi <i>Empathy</i>	64
4.2.2	Dimensi <i>Persuasion</i>	67
4.2.3	Dimensi <i>Impact</i>	69
4.2.4	Dimensi <i>Communication</i>	72
4.2.5	EPIC <i>Rate</i>	74
4.3	Analisis Rasio Profitabilitas	76

4.3.1	Marjin Laba Kotor.....	77
4.3.2	Marjin Laba Bersih	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		80
5.1	Kesimpulan	80
5.2	Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN.....		90
RIWAYAT HIDUP		95

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Volume Penjualan Restoran S (Juli 2019 - Februari 2020)	13
Tabel 1.2 Pendapatan Restoran S (Juli 2019 - Februari 2020)	14
Tabel 2.1 Matriks IFAS (<i>Internal Factors Analysis Summary</i>)	30
Tabel 2.2 Matriks EFAS (<i>External Factors Analysis Summary</i>)	31
Tabel 2.3 Matriks SWOT	33
Tabel 3.1 Indikator Variabel Kuesioner	46
Tabel 3.2 Rentan Skala EPIC Model	50
Tabel 4.1 Analisis SWOT pada Restoran S	55
Tabel 4.2 Matriks IFAS Restoran S	57
Tabel 4.3 Matriks EFAS Restoran S	59
Tabel 4.4 Matriks SWOT	61
Tabel 4.5 Dimensi <i>Empathy</i>	65
Tabel 4.6 Dimensi <i>Persuasion</i>	67
Tabel 4.7 Dimensi <i>Impact</i>	70
Tabel 4.8 Dimensi <i>Communication</i>	72
Tabel 4.9 Skor EPIC	75
Tabel 4.10 Skor Penilaian	75
Tabel 4.11 Laporan Laba Rugi Restoran S Bulan Juli – Desember 2019	76
Tabel 4.12 Lanjutan Laporan Laba Rugi Restoran S Bulan Januari-Februari 2020	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pemikiran.....	18
Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT	28
Gambar 2.2 Pola Pemilihan Pasar	37
Gambar 3.1 Struktur Perusahaan.....	53
Gambar 4.1 Diagram Cartesius Analisis SWOT Restoran S	60
Gambar 4.2 Nilai Dimensi <i>Empathy</i>	66
Gambar 4.3 Nilai Dimensi <i>Persuasion</i>	69
Gambar 4.4 Nilai Dimensi <i>Impact</i>	71
Gambar 4.5 Nilai Dimensi <i>Communication</i>	74
Gambar 4.6 EPIC Model iklan Restoran S pada Instagram.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan dan Jawaban Wawancara Restoran S	90
Lampiran 2 Kuesioner Tingkat Efektivitas Iklan Pada Instagram Restoran S.....	93

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis keluarga merupakan suatu bisnis yang dimiliki dan dikelola oleh seluruh atau beberapa anggota keluarga. Salah satu ciri khas dari bisnis keluarga adalah jabatan penting dipegang oleh seluruh atau sebagian anggota keluarga. Menurut Poza (2010) bisnis keluarga memiliki peranan penting dalam perekonomian di dunia maupun di sebuah negara. Secara khusus di Amerika Serikat hampir 90% perusahaan adalah perusahaan keluarga, dengan jumlah sebanyak 17 juta yang di dalamnya termasuk milik perorangan. Jika di lihat secara global, 80% - 90% bisnis yang ada merupakan bisnis keluarga. Sekitar 200 dari masing-masing perusahaan tersebut dapat menghasilkan laba kotor sebesar 2 miliar dolar AS per bulannya.

Di Indonesia jumlah bisnis keluarga mencapai hampir 90% dari total bisnis yang ada di Indonesia (Kompas, 2002). Sehingga sekitar 159.000 dari 165.000 perusahaan yang ada di Indonesia dikelola oleh keluarga. Menurut data *Family Firm Institute* (FFI), bisnis keluarga dapat menciptakan sekitar 70% - 90% produk domestik bruto (PDB) global setiap tahunnya. Berdasarkan catatan yang didapat dari Biro Pusat Statistik (BPS) diketahui bahwa perusahaan keluarga di Indonesia merupakan perusahaan swasta yang berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), yaitu 82,44% (Swara Karya, 2007). Dari data di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa bisnis keluarga menjadi salah satu kontributor besar dalam pendapatan ekonomi di Indonesia.

Salah satu bisnis keluarga yang sedang naik daun adalah industri yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Menurut kementerian perindustrian, industri makanan dan minuman menyumbang kepada PDB industri non-migas sebesar 34,95% pada triwulan III tahun 2017. Berdasarkan data tersebut dapat dibuktikan bahwa sektor di bidang

makanan dan minuman memberikan kontributor besar terhadap PDB dibandingkan subsektor lainnya.

Pencapaian tersebut mengalami peningkatan sebesar 4% dibandingkan dengan periode di tahun 2016. Kontribusi terhadap PDB nasional pada triwulan III tahun 2017 juga mengalami peningkatan sebesar 3,85% dibandingkan periode sebelumnya. Berdasarkan perkembangan data tersebut terbukti bahwa industri makanan dan minuman untuk penanaman modal dalam negeri (PMDN) pada triwulan III tahun 2017 mengalami peningkatan sebesar 16,3% dibandingkan periode tahun sebelumnya dan untuk penanaman modal asing (PMA) sebesar USD 1,46 miliar (Kementrian Perindustrian, 2017).

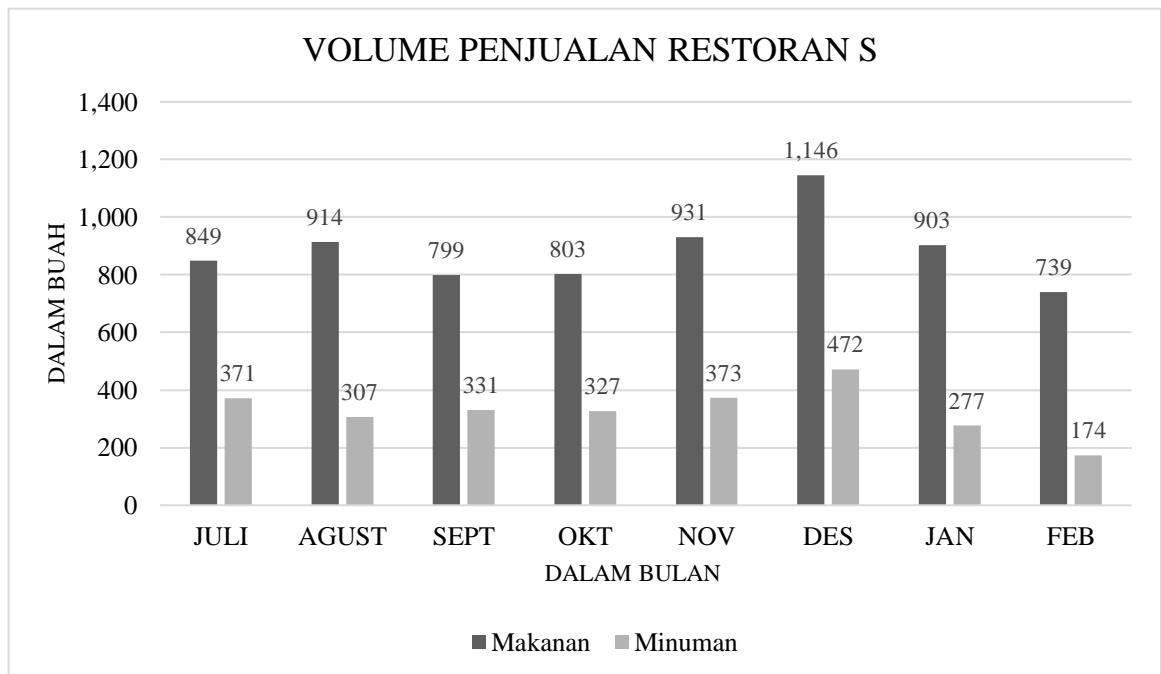
Melihat potensi pertumbuhan industri makanan dan minuman yang semakin pesat membuat persaingan di industri tersebut semakin ketat. Hal tersebut menjadi suatu tantangan tersendiri bagi para wirausaha terutama bagi pemula yang baru terjun di industri makanan dan minuman. Sehingga wirausaha perlu melakukan kegiatan pemasaran yang lebih menarik agar merek mereka dikenal oleh masyarakat luas dan lebih menonjolkan ciri khas dari bisnisnya. Para wirausaha juga perlu melakukan evaluasi secara berkala untuk menilai apakah kegiatan pemasaran yang dijalankan sudah efektifitas atau belum.

Menurut *Family Firm Institute* (FFI), sebanyak 50% bisnis keluarga dimiliki oleh generasi pertama, generasi kedua sebanyak 28%, generasi ketiga sebanyak 17% sedangkan generasi keempat sebanyak 8%. Di Indonesia sendiri hanya 5% saja bisnis keluarga yang mampu bertahan hingga generasi keempat. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa banyak bisnis keluarga yang berhenti sampai generasi ketiga saja sehingga untuk menilai sebuah kinerja bisnis perlu dilakukan penilaian juga terhadap kinerja keuangannya.

Restoran S merupakan bisnis keluarga yang bergerak di bidang makanan dan minuman khususnya makanan cepat saji. Berawal dari investasi dengan bisnis pihak lain namun pada akhirnya Restoran S ini berdiri karena terinspirasi untuk membuat *brand* sendiri. Visi dari Restoran

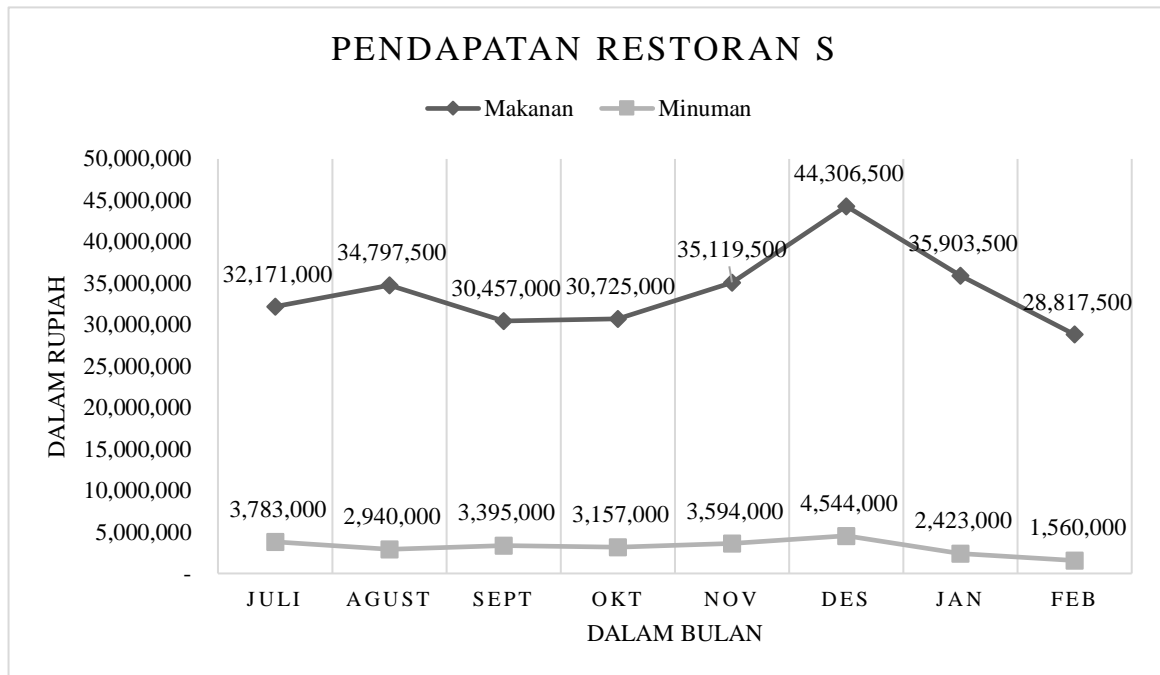
S adalah menjadikan *brand* Restoran S dikenal oleh masyarakat Indonesia hingga ke ranah internasional sedangkan misi dari Restoran S adalah memberikan kenyamanan bagi konsumen maupun karyawan, menyediakan lapangan kerja, membuat inovasi baru secara berkala, selalu mengikuti *trend* masa kini, dan menjaga kualitas daripada kuantitas. Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Restoran S sampai saat ini adalah dengan promosi seperti *banner*, *flayer*, *advertisement* instagram, brosur dan *food blogger*.

Tabel 1.1 Volume Penjualan Restoran S (Juli 2019 - Februari 2020)



Sumber: data diolah oleh penulis

Tabel 1.2 Pendapatan Restoran S (Juli 2019 - Februari 2020)



Sumber: data diolah oleh penulis

Dari Tabel 1.1 dan Tabel 1.2 dapat di lihat bahwa volume penjualan dan pendapatan dari Restoran S masih belum stabil karena penjualan yang masih naik turun per bulannya. Pada tabel 1.1 dapat dilihat volume penjualan pada kategori makanan rata-rata 700 hingga 1000 porsi per bulannya sedangkan untuk kategori minuman rata-rata 150 hingga 400 minuman per bulannya. Pada bulan Desember terjadi peningkatan penjualan yang sangat tinggi hal tersebut dikarenakan adanya *high season* (musim liburan) di mana biasanya banyak pengunjung yang datang dari luar kota. Hal tersebut dapat dikarenakan berbagai hal, salah satunya adalah promosi dalam kegiatan pemasaran yang belum efektif sehingga banyak masyarakat yang belum mengenal merek Restoran S ini. Maka dari itu penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “ANALISIS EFEKTIVITAS KEGIATAN PEMASARAN BISNIS KELUARGA RESTORAN S DI BANDUNG MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT”.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat efektivitas kegiatan pemasaran khususnya promosi di Restoran S?
2. Bagaimana rencana alternatif untuk pengembangan bisnis keluarga Restoran S?
3. Bagaimana kinerja keuangan dari Restoran S?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan penelitian yang di atas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Mengetahui tingkat efektivitas dari kegiatan pemasaran khususnya promosi pada Restoran S.
2. Menyusun rencana alternatif untuk pengembangan bisnis keluarga Restoran S.
3. Mengetahui kinerja keuangan Restoran S.

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut adalah manfaat penelitian yang diharapkan dapat diperoleh dengan diadakannya penelitian ini:

1. Manfaat Teoritis
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu rujukan dan referensi bagi Universitas Katolik Parahyangan Bandung jika melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengelolaan dan pengembangan kegiatan pemasaran dalam bisnis keluarga.
2. Manfaat Praktisi
 - a. Bagi Peneliti
Dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti maupun pembaca tentang pengelolaan dan pengembangan kegiatan pemasaran dalam bisnis keluarga Restoran S.

b. Bagi Mahasiswa

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan sumbangan pemikiran kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen Universitas Katolik Parahyangan.

c. Bagi Perusahaan

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengambil keputusan khususnya mengenai rencana dalam kegiatan pemasaran yang akan dilakukan.

1.5 Kerangka Pemikiran

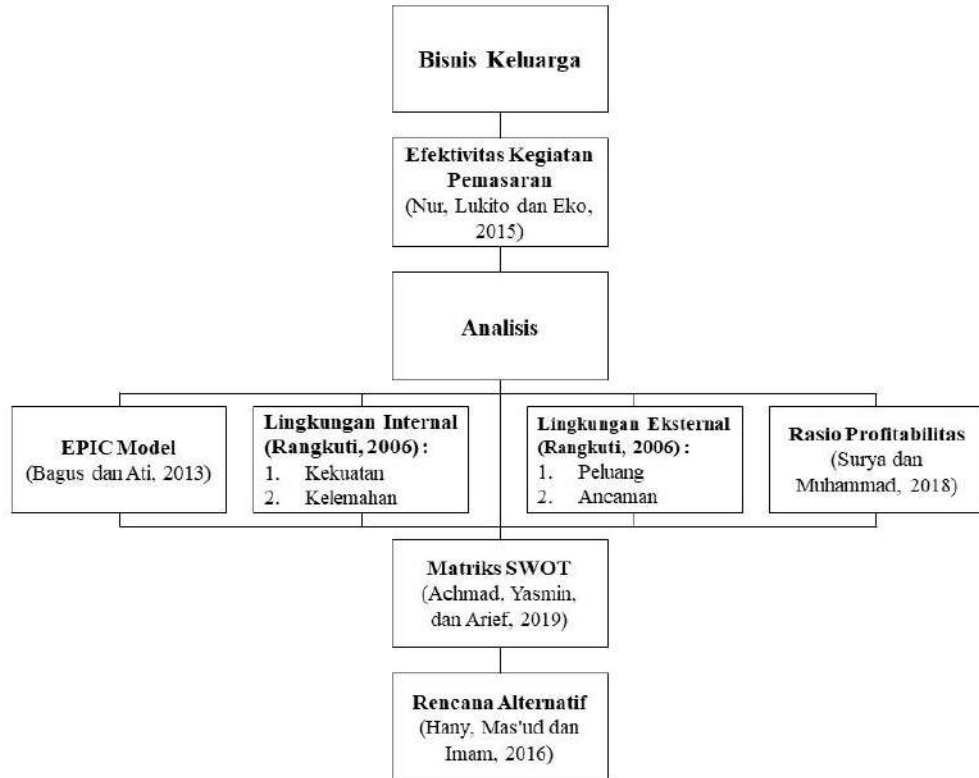
Nyoman Marpa (2020) menjelaskan bahwa bisnis keluarga merupakan bisnis yang unik di mana di dalamnya terdapat nilai (*value*), cara pandang, kebiasaan, ritual dan tata cara tersendiri yang berbeda dengan bisnis non-keluarga. Walaupun bisnis keluarga memiliki ciri khas tersendiri tetapi dalam dunia bisnis pasti mempunyai banyak persaingan dalam usahanya. Sehingga memaksa para wirausaha bisnis keluarga untuk berinovasi lebih baik lagi agar tetap bisa bertahan di dalam pasar dengan memperhatikan perubahan-perubahan yang terjadi saat ini.

Oleh karena itu perusahaan perlu untuk melakukan analisis SWOT dalam menyusun rencana pemasaran. Dalam analisis ini terdiri dari analisis faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan serta analisis faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman. Analisis yang dilakukan dapat memberikan gambaran bagi perusahaan mengenai posisi bersaing dan dapat memilih rencana yang akan dijalankan untuk kegiatan pemasaran. Menyusun rencana kegiatan pemasaran dibantu dengan menggunakan EPIC Model. EPIC Model dapat mengukur seberapa efektif iklan yang dilakukan perusahaan untuk menarik konsumen melihat hingga membeli produk yang diiklankan. Perusahaan juga perlu mengukur kinerja keuangannya menggunakan rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas berguna untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

Dari penjelasan di atas penulis ingin melakukan analisis dengan melakukan pengamatan pada lingkungan usaha Restoran S menggunakan analisis SWOT. Setelah mengetahui faktor internal dan eksternal perusahaan maka dapat dilihat posisi perusahaan terhadap pasar dan menarik kesimpulan untuk menetapkan rencana kegiatan pemasaran. Penulis akan mengukur kinerja keuangan Restoran S menggunakan Rasio Profitabilitas agar terlihat seberapa besar kemampuan Restoran S dalam menghasilkan laba. Penulis juga mengukur tingkat efektivitas iklan yang dilakukan Restoran S pada Instagram menggunakan EPIC Model sehingga restoran dapat mengetahui apakah iklan yang sudah dilakukan sudah efektif atau belum. dengan Dapat dilihat pada Gambar 1.1 dibawah ini bagan

kerangka pemikiran.

Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber: Dibuat oleh penulis