

**STRATEGI PEMASARAN KUALIKUNING DALAM
MENARIK MINAT BELI PUBLIK**

SKRIPSI

Oleh :

ANGELICA KRISTIN THERESIA MARPAUNG
2071650090



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA

JAKARTA

2024

STRATEGI PEMASARAN KUALIKUNING DALAM MENARIK MINAT BELI PUBLIK

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia

Oleh :

ANGELICA KRISTIN THERESIA MARPAUNG
2071650090



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**

JAKARTA

2024



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Angelica Kristin Theresia Marpaung
NIM : 2071650090
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **“STRATEGI PEMASARAN
“KUALI KUNING” DALAM MENARIK MINAT BELI PUBLIK”** adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada skripsi saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Bila terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 9 Juli 2024



Angelica Kristin Theresia Marpaung



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

**STRATEGI PEMASARAN “KUALI KUNING” DALAM MENARIK
MINAT BELI PUBLIK**

Oleh:

Nama : Angelica Kristin Theresia Marpaung

No. Induk Mahasiswa : 2071650090

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Tugas Akhir guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia,

Jakarta, 9 Juli 2024

Pembimbing I

(Fransiskus X. Gian Tue Mali, S.I.Kom., M.Si.)

Pembimbing II

(Silvia Nevane Paramasari, S.I.Kom., M.I.Kom.)

Ketua Program Studi,

(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom.)

Dekan,

(Dr. Verdinand Robertua, S.Sos., M.Soc. Sc.)



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada 27 Juni 2024 telah diselenggarakan Sidang Tugas Akhir untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama Mahasiswa : Angelica Kristin Theresia Marpaung
Nomor Induk Mahasiswa : 2071650090
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul "STRATEGI PEMASARAN "KUALI KUNING" DALAM MENARIK MINAT BELI PUBLIK" oleh tim penguji yang terdiri dari:

Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1. Dr. Helen Diana Vida, S.Sos., M.I.Kom.	Ketua	
2. Fransiskus X. Gian Tue Mali, S.I.Kom, M.Si.	Anggota	
3. Silvia Nevane Paramasari, S.I.Kom., M.I.Kom.	Anggota	

Jakarta, 4 Juli 2024



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092423, 8009190. Paw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@ukl.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.ukl.ac.id/>

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Angelica Kristin Theresia Marpaung
Nomor Induk Mahasiswa : 2071650090
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran “Kuali Kuning” Dalam Menarik Minat Beli Publik

Telah memperbaiki skripsi sesuai dengan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi sebagaimana tertulis dalam “Berita Acara Hasil Ujian Skripsi” pada tanggal 27 Juni 2024

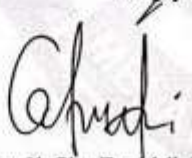

Jakarta, 5 Juli 2024

Menyetujui:
Ketua Sidang/ Penguji I

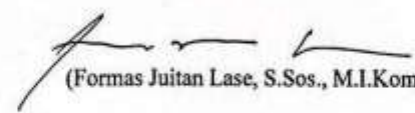

(Dr. Helen Diana Vida, S.Sos., M.I.Kom.)

Penguji II

Penguji III

 
(Fransiskus X. Gian Tue Mali, S.I.Kom, M.Si.) (Silvia Nevane Paramasari, S.I.Kom., M.I.Kom.)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom)



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Angelica Kristin Theresia Marpaung
Nomor Induk Mahasiswa : 2071650090
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran “Kuali Kuning” dalam Menarik Minat Beli Publik

Telah Menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Noneksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Jakarta, 9 Juli 2024
Yang menyatakan,



Angelica Kristin Theresia Marpaung

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kebaikannya sehingga skripsi yang berjudul Strategi Pemasaran Kualifikasi Kuning Dalam Menarik Minat Beli Publik dapat selesai tepat waktu. Skripsi ini menjelaskan pertanyaan mengenai bagaimana strategi pemasaran serta evaluasi keberhasilan strategi pemasaran yang dilakukan oleh kualifikasi kuning dalam menarik minat beli publik.

Skripsi ini tentu saja tidak dapat selesai tanpa bantuan banyak pihak. Yang pertama ibu Silvia Nevane Paramasari S.I.Kom., M.I.Kom. dan bapak Fransiskus X. Gian Tue Mali, S.I.Kom., M.Si yang telah membimbing dan memberikan keteladanan serta motivasi bagi peneliti dalam pengerjaan penelitian ini. Kedua, bapak Dr. Verdinand Robertua Siahaan, M.Soc., Sc. Selaku Dekan Fakultas Ilmu sosial dan Politik, ibu Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom. Selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi, juga kepada seluruh dosen program studi Ilmu Komunikasi dan seluruh staf Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Kristen Indonesia yang ikut dan telah memberikan ilmu serta tenaganya dalam mengajar, membantu, mengatur, dan memberi arahan selama beberapa semester berjalan. Ketiga kepada Melati Sesilia, KR, Rena, dan Dhendy Neqiu sebagai informan yang telah membantu penelitian ini sehingga dapat menemukan jawaban dari rumusan masalah. Keempat kepada keluarga saya terutama kedua orang tua peneliti yaitu bapak Darwin Wasinton dan ibu Martunas Manullang yang telah mendoakan dan memberikan dukungan penuh kepada peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir ini dan kepada adik kembar peneliti (Angelina Grace) dan adik terakhir peneliti (Simon Gabriel) yang selalu memberi dukungan penuh agar penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Keenam kepada para sahabat saya Chatrine Pasaribu, Billiam Binsar, Goldyron Erick Chandra, yang telah turut memberikan dukungan serta menemani penulis selama menyelesaikan penelitian ini.

Kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Akhir kata, dengan segala rasa syukur peneliti mengucapkan terima kasih. Tuhan memberkati.

Jakarta 27 Juni 2024



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DATFAR LAMPIRAN	xiii
Abstrak	xiv
<i>Abstract</i>	xv
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Akademis	8
1.4.2 Praktis.....	8
1.4.3 Sosial	9
1.5 Kerangka Konseptual	9
1.6 Metodologi Penelitian	11
1.6.1 Pendekatan Penelitian	11
1.6.2 Tipe Penelitian	12
1.6.3 Metode Penelitian	13
1.6.4 Metode Pengumpulan Data.....	13
1.6.5 Sumber Data.....	14
1.6.6 Teknik Interpretasi Data dan Teknik Analisis Data.....	14
1.6.7 Keabsahan data	15
BAB II.....	17
DESKRIPSI UMUM PENELITIAN	17

2.1 Kualu Kuning	17
2.2 TikTok	19
2.3 Minat Beli	22
BAB III	25
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	25
3.1. Temuan Penelitian	25
3.1.1 Kualu Kuning Nasi Bakar	25
3.1.2 Penggunaan Media Sosial TikTok	27
3.1.3 Penetapan Harga dan Diskon	30
3.1.4 Pemilihan Lokasi <i>Outlet</i>	33
3.1.5 Evaluasi Keberhasilan Strategi Komunikasi	34
3.2 Pembahasan	35
1. Produk	36
2. Harga	39
3. Tempat/Distribusi	40
4. Promosi	40
5. Evaluasi Strategi pemasaran Kualu Kuning	42
BAB IV	44
PENUTUP	44
4.1 Kesimpulan	44
4.2 Saran	45
4.1.1. Saran Akademis	45
4.2.2 Saran Praktis	45
4.2.3 Saran Sosial	46
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	50

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Data omset kualifikasi kuning nasi bakar per Januari-Desember 2023.....18



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Piramida <i>Brand awareness</i>	2
Gambar 1.2 Kerangka Konseptual	9
Gambar 2.1 Logo TikTok.....	20
Gambar 3.1 <i>Packaging</i> Kualiti Kuning	37



DATFAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Wawancara.....	50
Lampiran 2 Transkrip Hasil Wawancara.....	55
Lampiran 3 Koding Hasil Wawancara	89
Lampiran 4 Dokumentasi	128



Abstrak

Kuali Kuning merupakan sebuah usaha masakan rumahan nasi bakar yang sudah ada sejak awal Maret 2022. Kuali Kuning ini didirikan oleh Melati Sesilia yang merupakan *influencer* dan alumni grup musik JKT48. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dan bagaimana evaluasi strategi pemasaran Kuali Kuning dalam menarik minat beli publik. Strategi pemasaran adalah salah satu metode untuk memperkenalkan produk kepada konsumen. Strategi pemasaran akan mencapai hasil yang maksimal jika didukung oleh perencanaan yang terstruktur dengan baik dari internal maupun eksternal perusahaan. Penelitian ini menggunakan teori *Marketing mix 4p*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *coding*. *Coding* adalah proses mengatur data yang mentah ke dalam berbagai teori konseptual dengan menggunakan tema atau konsep. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, ditemukan bahwa strategi produk yang dilakukan oleh Kuali Kuning untuk menarik minat beli publik yaitu dengan melakukan manajemen bahan baku yang baik, memberikan pelayanan kepada konsumen tanpa adanya diskriminasi, memilih packaging yang dapat mempermudah pembelian melalui *online*. Strategi harga yang dilakukan oleh Kuali Kuning dalam menarik minat beli publik adalah dengan memberikan harga yang terjangkau tetapi memiliki kualitas produk yang baik. Strategi tempat atau distribusi yang dilakukan oleh Kuali Kuning nasi bakar dalam menarik minat beli pelanggan adalah dengan memilih lokasi outlet yang strategis dan mendistribusikan produk nya melalui platform digital seperti Grab, Gojek, dan Shopee. Strategi promosi yang dilakukan oleh Kuali Kuning nasi bakar dalam menarik minat beli pelanggan yaitu dengan melakukan periklanan dan hubungan masyarakat melalui media sosial TikTok, serta penjualan personal ketika sedang berada pada suatu acara tertentu.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran dan Minat Beli Publik.

Abstract

Kuali Kuning is a grilled rice home cooking business that has been around since early March 2022. Kuali Kuning was founded by Melati Sesilia who is an influencer and alumni of the JKT48 music group. The purpose of this research is to find out how marketing strategies and how to evaluate Kuali Kuning's marketing strategies in attracting public buying interest. Marketing strategy is one of the methods to introduce products to consumers. Marketing strategies will achieve maximum results if supported by well-structured planning from internal and external companies. This research uses the 4p Marketing mix theory. This research uses qualitative research methods. The data analysis technique used in this research is coding. Coding is the process of organizing raw data into various conceptual theories using themes or concepts. Based on the data that has been collected, it is found that the product strategy carried out by Kuali Kuning to attract public buying interest is by doing good raw material management, providing services to consumers without discrimination, choosing packaging that can facilitate online purchases. The price strategy carried out by Kuali Kuning in attracting public buying interest is to provide affordable prices but have good product quality. The place or distribution strategy carried out by Kuali Kuning Nasi Bakar in attracting customer buying interest is by choosing strategic outlet locations and distributing its products through digital platforms such as Grab, Gojek, and Shopee. The promotional strategy carried out by Kuali Kuning Nasi Bakar in attracting customer buying interest is by advertising and public relations through TikTok social media, as well as personal selling when they are at a certain event.

Keywords: Marketing Strategy and Public Purchase Interest.