

**STRATEGI PEMASARAN MAOMAO CIREBON DALAM
UPAYA PENINGKATAN *BRAND AWARENESS***

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat

untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

pada Program Studi Perbankan Syariah (PS)

Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI)



NIM: 1608203119

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

SYEKH NURJATI CIREBON

TAHUN 1443 H / 2022

ABSTRAK

Hoerul Fahmi NIM : 1608203119, “Strategi Pemasaran Maomao Cirebon dalam Upaya Peningkatkan Brand Awareness”, 2021

Tingginya persaingan yang terjadi dalam dunia bisnis termasuk dilingkup UMKM mengharuskan para pelakunya untuk menemukan sebuah strategi peningkatan pemasaran produk salah satunya adalah melalui peningkatan brand awareness

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keefektifan strategi yang telah digunakan untuk peningkatan *brand awareness*.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif dengan desain deskriptif adalah penelitian yang memberi gambaran secara cermat mengenai individu atau kelompok tertentu tentang keadaan dan gejala yang terjadi.

Hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa Maomao melakukan strategi pemasaran melalui Internet Marketing yaitu dalam bentuk penggunaan sosial media. Upaya peningkatan *brand awareness* maomao ialah dengan mempertahankan keoriginalitasan produk tanpa bahan pengawet. Faktor penghambat dalam peningkatan brand awareness yaitu mindset mahasiswa tentang produk yang cukup mahal, kurangnya penyelenggaraan event, dan pendatang baru sedangkan faktor pendukungnya yaitu dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi, dan perubahan pola hidup masyarakat modern yang cenderung ingin serba instan.

Kata Kunci : Maomao , Strategi Pemasaran , dan Brand Awareness

ABSTRAK

Hoerul Fahmi NIM : 1608203119, “Maomao Cirebon Marketing Strategy in Efforts to Increase Brand Awareness”, 2021

The high competition that occurs in the business world, including UMKM, requires the perpetrators to find a strategy to increase product marketing, one of which is through increasing brand awareness.

This study aims to determine the effectiveness of the strategies that have been used to increase brand awareness.

This research uses qualitative research. Qualitative research with descriptive design is research that gives a careful description of certain individuals or groups about the conditions and symptoms that occur.

The result of the research that has been done is that Maomao implements a marketing strategy through Internet Marketing, namely in the form of using social media. The effort to increase Maomao's brand awareness is to maintain the originality of the product without preservatives. The inhibiting factor in increasing brand awareness is the student's mindset about products that are quite expensive, the lack of organizing events, and newcomers, while the supporting factors are the development of communication technology, and changes in the lifestyle of modern society which tends to be instant.

Keywords: *Maomao, Marketing Strategy, and Brand Awareness*

تجريدي

Hoerul Fahmi (1608203119) "استراتيجية تسويق Maomao Cirebon في الجهود

المبدولة لزيادة الوعي بالعلامة التجارية" ، 2021.

تتطلب المنافسة العالية التي تحدث في عالم الأعمال بما في ذلك بيئة الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم من الجناة إيجاد استراتيجية لزيادة تسويق المنتجات ، أحدها من خلال زيادة الوعي بالعلامة التجارية. يهدف هذا البحث إلى معرفة فعالية الاستراتيجيات التي تم استخدامها لزيادة الوعي بالعلامة التجارية.

يستخدم هذا البحث البحث النوعي. البحث النوعي ذو التصميم الوصفي هو البحث الذي يعطي صورة دقيقة عن فرد أو مجموعة معينة حول الظروف والأعراض التي تحدث.

نتائج البحوث التي أجريت أن Maomao إجراء استراتيجيات التسويق من خلال التسويق عبر الإنترنت ، وتحديدًا في شكل استخدام وسائل الاعلام الاجتماعية. الجهود المبدولة لزيادة الوعي بالعلامة التجارية maomao هي الحفاظ على هامشية المنتجات بدون مواد حافظة. العوامل المشبعة في زيادة الوعي بالعلامة التجارية هي عقلية الطلاب حول المنتجات باهظة الثمن ، وعدم تنظيم الأحداث ، والقادمين الجدد في حين أن العوامل الداعمة هي تطوير تكنولوجيا الاتصالات ، والتغيرات في نمط حياة المجتمع الحديث التي تميل إلى أن تكون فورية.



PERSETUJUAN PEMBIMBING
SKRIPSI
STRATEGI PEMASARAN MAOMAO CIREBON DALAM UPAYA PENINGKATAN
BRAND AWARENESS

(Studi Kasus pada Mahasiswa Kota Cirebon)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Mendapat Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Perbankan Syariah (PS)
Fakultas Syariah Ekonomi Islam (FSEI)

Oleh


Hoerul Fahmi


NIM : 1608203119

Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II,


Dr. H. Abdul Aziz, M.Ag


Diana Djuwita, M.M.

NIP : 197305262005011004

NIP : 198003142008012018

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah


Eef Saefudin, M.Ag

NIP : 197603122003121003

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Di

Cirebon

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

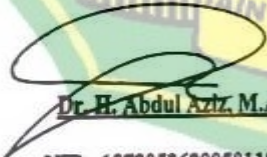
Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsisaudara/i Hoerul Fahmi, NIM : 1608203119 dengan judul "STRATEGI PEMASARAN MAOMAO CIREBON DALAM UPAYA PENINGKATAN *BRAND AWARENESS* (Studi Kasus pada Mahasiswa Kota Cirebon)". Kami berpendapat bahwa skripsi di atas sudah dapat diajukan pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) Institut Agama Islam Syekh Nurjati Cirebon untuk dimunaqosahkan.


Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Menyetujui :

Pembimbing I

Pembimbing II,


Dr. H. Abdul Aziz, M.Ag


Diana Djuwita, M.M.

NIP : 197305262005011004

NIP : 198003142008012018

Mengesahkan
Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Eef Saetawan, M.Ag
NIP : 197603122003121003



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "STRATEGI PEMASARAN MAOMAO CIREBON DALAM UPAYA PENINGKATAN BRAND AWARENESS" oleh **Hoerul Fahmi**, NIM : **1608203119**, telah diajukan dalam sidang munaqosah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 17 Maret 2022.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Perbankan Syariah (PS) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.



Dr. Rita Kusumadewi, SE..MM
NIP. 198404222011012018

Asep Saefullah, S.Ag., M.H.I
NIP. 197209152000031001

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bissmillahirrahmaanirrahiim

Saya yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama : Hoerul fahmi

NIM : 1608203119

Tempat Tanggal Lahir : Ciamis, 11 Januari 1998

Alamat : Dusun Rinduwangi, RT/RW 11/03, Desa Mekarwangi,
Kecamatan Sukamantri, Kabupaten Ciamis

saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "STRATEGI PEMASARAN MAOMAO CIREBON DALAM UPAYA PENINGKATAN BRAND AWARENESS (Studi Kasus pada Mahasiswa Kota Cirebon)" ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Atas pernyataan ini, saya siap menghadapi risiko atau sanksi apapun yang akan diterapkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini



METERAI
10000
PT. POS INDONESIA
ESTD 1946
14191936

NIM:1608203119

PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselamatkan. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi. Ayah dan Ibu Tercinta Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepadamu, yang telah memberikan kasih sayang, secara dukungan, ridho, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ibu dan Ayah bahagia karena kusadar, selama ini belum bisa berbuat lebih. Untuk Ibu dan ayah yang selalu membuatku termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendoakanku, selalu menasehatiku serta selalu meridhoiku melakukan hal yang lebih baik, Terima kasih Ibu Terima kasih Ayah.

Terima kasih Orang terdekatku kekasihku Sebagai tanda terima kasih, aku persembahkan karya kecil ini untukmu. Terima kasih telah memberikan semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Semoga doa dan semua hal yang terbaik yang engkau berikan menjadikanku orang yang baik pula.

Terimakasih Himpunan Mahasiswa Perbankan Syariah (HIMPASy) yang telah mengajarku banyak hal, tentang kepemimpinan dan kebersamaan, tak lupa terimakasih juga buat Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) yang telah ku anggap sebagai sekolahanku dan terimakasih Paguyuban Mahawasiswa Priangan Timur (PMPT) telah menjadi rumahku di perantauan, terimakasih juga kepada organisasi lainnya ada UKM PB Senja dan UKM SABHURA yang telah ikut mewarnai perjalanan dalam menimba ilmu di kampus tercinta.

Pamungkas saya ucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing skripsi saya, terima kasih banya sudah membantu selama ini, sudah dinasehati, sudah diajari, dan mengarahkan saya sampai skripsi ini selesai.

Tanpa mereka, karya ini tidak akan pernah tercipta



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Hoerul Fahmi dilahirkan di Ciamis pada hari minggu tanggal 14 Januari 1998. Penulis merupakan anak ke tiga dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Enon dan Ibu Een. Penulis tinggal di Dusun Rinduwangi, RT/RW 11/03, Desa Mekarwangi, Kecamatan Sukamantri, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat.

Adapun jenjang pendidikan yang pernah penulis tempuh yakni sebagai berikut :

1. SDN 1 Mekarwangi (2004-2010)
2. MTsN 11 Ciamis (2010-2013)
3. MAN 2 Ciamis (2013-2016)

Pada tahun 2016 penulis melanjutkan Pendidikan program S-1 pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam di IAIN Syekh Nurjati Cirebon dan mengambil skripsi dengan judul “STRATEGI PEMASARAN MAOMAO CIREBON DALAM UPAYA PENINGKATAN BRAND AWARENESS”. Dibawah bimbingan Bapak Drs. H. Abdul Aziz, M.Ag, dan Ibu Diana Djuwita, MM.

MOTTO

“Terpelajar harus adil sejak dalam pikiran apalagi dalam perbuatan, pram.”



KATA PENGANTAR

Assammu'alaikum Wuramanullahi Wabarakaatuh

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, puji syukur bagi Allah atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "**STRATEGI PEMASARAN MAOMAO DALAM UPAYA PENINGKATKAN BRANDAWARENESS**". Sholawat dan salam semoga tetap tercurah limpahan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, kepada keluarga, sahabat, dan seluruh ummatnya.

Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi jurusan Perbankan Syariah (PS) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI). Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan betbagi pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Samsudin dan Mama Ratna yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dan dukungan.
2. Saudara tersayang A Johar, Teh Yanti, Teh Elisa yang selalu memberikan energi positif.
3. Bapak Dr. H. Sumanta, M.Ag. Rektor LAIN Syekh Nurjati Cirebon.
4. Bapak Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag, Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
5. Bapak Eef Saefulloh, M.Ag, Ketua Jurusan Perbankan Syariah.
6. Bapak Drs. H. Abdul Aziz, M.Ag dan Ibu Diana Djuwita, M.M selaku Pembimbing Skripsi yang selalu sabar serta ikhlas mengarahkan penulis dari awal hingga akhir penulisan skripsi.
7. Seluruh pegawai dan staf Tata Usaha Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam JAIN Syekh Nurjati Cirebon.

8. Teman-teman S1-Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon angkatan 2016 terima kasih atas kebersamaan dan kegembiraaannya selama kuliah.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya, karena kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi bertambahnya penulis pengetahuan, akhirnya hanya kepada Allah SWT. penulis serahkan segalanya dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang miembaca dan pelajarnya.

Cirebon, 15 Februari 2022

Penulis

HoerulFahmi

NIM : 1608203119



DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keputusan Penetapan Dosen Pembimbing
2. Surat Pengantar Penelitian
3. Kartu Bimbingan Skripsi



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
NOTA DINAS	iii
LEMBARAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN OTENTIK SKRIPSI	v
PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
MOTTO	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR DIAGRAM	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Penelitian Terdahulu	5
F. Kerangka Pemikiran	9
G. Metode Penelitian	11
H. Sistematika Penulisan	15
BAB II KAJIAN TEORI	17
A. Pemasaran	17
1. Definisi Pemasaran	17
2. Fundamental Pengertian Pemasaran	17
3. Strategi Pemasaran	19

4. Promosi	19
5. Komunikasi Pemasaran	20
6. Konsep Pemasaran Syariah	22
B. <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek)	24
C. Strategi	26
1. Pengertian Strategi	26
2. Perumusan Strategi	29
D. Analisis SWOT	30
BAB III KONDISI OBJEKTIF PENELITIAN	34
A. Profil Objek Penelitian	34
a. Lokasi Penelitian	34
b. Sejarah Singkat Usaha	34
B. Analisa Keuangan Penjualan	35
C. Jenis Produk	37
BAB IV STRATEGI PEMASARAN MAOMAO CIREBON DALAM UPAYAPENINGKATKANA <i>BRAND AWARENESS</i>	39
A. Strategi Pemasaran Usaha Minuman Thai Thea Maomao	39
1. Analisis Lingkungan Internal Usaha	39
2. Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan	43
3. Analisis Matriks SWOT	49
B. Upaya Peningkatan <i>Brand Awareness</i> Minuman Thai Thea Maomao	54
C. Faktor Penghambat dan Pendukung Maomao Dalam Peningkatan <i>Brand Awareness</i>	55
BAB V PENUTUP	57
A. Kesimpulan	58
B. Saran	59
Daftar Pustaka	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

Gambar 1.2 Kerangka Alur Analisis Interaktif

Gambar 2.1 Tingkatan *Brand Awareness*



DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.1 Persentasi Pengetahuan Produk Melalui Piramid
Brand Awareness

