

**SKRIPSI**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN NASI KENDIL DI KOPI BW**



**Disusun Oleh**

**INTAN SEPTIANA SARI**

**NO. MHS: 315100829**

**PROGRAM STUDI PENGELOLAHAN HOTEL  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA**

**2019**

**SKRIPSI**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN NASI KENDIL DI KOPI BW**



**Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh  
Derajat Sarjana Sains Terapan**

**Oleh :**

**INTAN SEPTIANA SARI**

**NO.MHS : 315100829**

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA  
YOGYAKARTA**

**2019**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN NASI KENDIL DI KOPI BW**

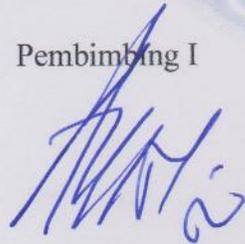
Oleh :

INTAN SEPTIANA SARI

NO.MHS : 315100829

Telah Disetujui oleh :

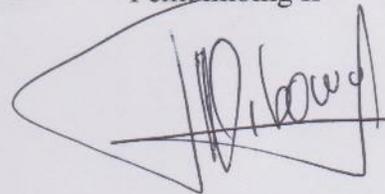
Pembimbing I



(Ali Hasan, SE, MM)

NIDN. 0007106001

Pembimbing II

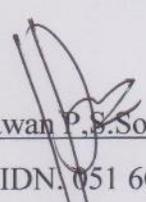


(Agus Wibowo SBS,S.Sos, S,ST,MM)

NIDN. 0502076701

Mengetahui

Ketua Jurusan Pariwisata



(Hermawan P. S. Sos, S.St. M.M)

NIDN. 051 605 7102

**BERITA ACARA UJIAN**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN NASI KENDIL DI KOPI BW**

**Disusun oleh:**

**INTAN SEPTIANA SARI**

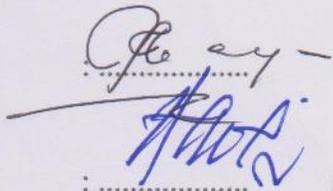
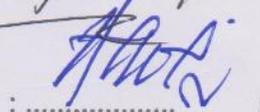
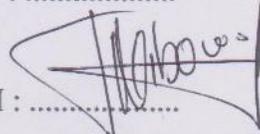
**315100829**

**Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji**

**Dan Dinyatakan Lulus**

**Pada Tanggal : 10 Juli 2019**

**TIM PENGUJI**

Penguji Utama	: Dra. Sri Larasati, M. M. NIDN : 0511096401	
Pembimbing I	: Ali Hasan, SE, MM NIDN : 0007106001	
Pembimbing II	: Agus Wibowo SBS,S.Sos, S,ST,MM : NIDN : 0502076701	

**Mengetahui**

**Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta**



**Drs. Prihatno, MM.**  
NIDN. 052 612 5901

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Intan Septiana Sari

NIM : 315100829

Program Studi : Pengelolaan Perhotelan

Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN DALAM  
MENINGKATKAN PENJUALAN NASI KENDIL DI  
KOPI BW

Dengan ini, saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau dapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain. Kecuali, yang tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 10 Juli 2019



Intan Septiana Sari

## **MOTTO**

“ Ingin menjadi orang lain adalah cara menyianyiakan dirimu sendiri ”

**(Kurt Cobain)**

“Tidak ada rasa bersalah yang dapat mengubah masa lalu dan tidak ada kekhawatiran yang dapat mengubah masa depan.”

**(Umar Bin Khattab)**

“Untuk mendapatkan apa yang diinginkan, kau harus bersabar dengan apa yang kau benci”

**(Imam Ghazali)**

“Jadilah seperti pohon yang tumbuh dan berbuah lebat. Dilempar dengan batu tetapi, membalasnya dengan buah yang manis”

**(Abu Bakar As Siddiq)**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Mamak dan Bapak, dua orang yang paling berharga dalam hidup saya yang telah membesarkan dan mendidik saya hingga saat ini. Terimakasih atas segala kesabaran dan kasih sayang yang tak henti-hentinya sampai sekarang sehingga saya bisa meraih Sarjana Sains Terapan, semoga bekal ilmu ini dapat menjadi pintu sukses kedepannya dan bisa membahagiakan Mamak dan Bapak kelak. Terimakasih atas segala doa dan dukungan kalian yang tak pernah putus dalam sujud kalian dan setiap langkahku.
3. Keluarga yang selalu memberi semangat dan selalu mendoakan saya. Sehingga memotivasi saya untuk membuat dan menyelesaikan skripsi ini.
4. Untuk Dwita, Elda, Picata, Uti, Retno dan Shinta yang telah membantu saya selama pengerjaan skripsi saya ini.
5. Almamaterku , Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta
6. Serta semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas Rahmat dan Karunia-Nya yang telah diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Nasi Kendil di Kopi BW” penelitian skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sains Terapan pada Program Studi Pengelolaan Hotel di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta. Peneliti menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan penghargaan yang seinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berperan, baik secara langsung maupun tidak langsung mewujudkan skripsi ini.

Penulis ucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya secara tulus peneliti ucapkan kepada :

1. Bapak Ali Hasan, SE, MM selaku Dosen Pembimbing yang penuh kesabaran, ketulusan dan perhatian dalam memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesainya skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Agus Wibowo SBS,S.Sos, S,ST,Mmu selaku Dosen Pembimbing II yang penuh kesabaran, ketulusan dan perhatian dalam memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesainya skripsi ini dengan baik.
3. Ibu Dra. Sri Larasati, MM. selaku Penguji Utama yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk memaparkan isi dari skripsi ini.

4. Bapak Drs. Prihatno, MM sebagai Ketua STP AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan peneliti menjadi mahasiswa AMPTA.
5. Bapak Hermawan Prasetyanto.S Sos., S ST, MM. sebagai Ketua Jurusan yang telah memberikan izin dan waktu dalam pelaksanaan penelitian skripsi ini.
6. Seluruh staff, karyawan dan mahasiswa Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah ikut membantu dalam kelengkapan data penelitian.
7. Seluruh staff dan karyawan dan mahasiswa Kopi BW Pringsewu yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian.
8. Semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Akhir kata peneliti berharap semoga hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak maupun pengembangan ilmu pengetahuan. Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan, maka dari itu peneliti berharap adanya kritik dan saran dari berbagai pihak untuk perbaikan pada penelitian selanjutnya.

Yogyakarta,10 Juli 2019

Peneliti

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>BERITA ACARA UJIAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiv
<b>ABSTRACT</b> .....	xv
<b>BAB 1</b> <b>PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II</b> <b>LANDASAN TEORI</b>	
A. Landasan Teori .....	5
B. Kerangka Pemikiran .....	27
C. Penelitian Terdahulu .....	28
<b>BAB III</b> <b>METODE PENELITIAN</b>	
A. Metode dan Desain Penelitian .....	30
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	30
C. Teknik Cuplikan .....	30
D. Sumber Data .....	31
E. Teknik Pengumpulan Data .....	31
F. Keabsahan Data .....	33

	G. Metode Analisis Data .....	34
	H. Alur Penelitian .....	35
	I. Jadwal Penelitian .....	36
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
	A. Deskripsi Objek Penelitian .....	37
	B. Strategi Pemasaran Kopi BW .....	48
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
	A. Kesimpulan .....	58
	B. Saran .....	59

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.....	45
----------------	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 .....	27
Gambar 4.1 .....	37
Gambar 4.2 .....	39
Gambar 4.3 .....	41
Gambar 4.4 .....	43
Gambar 4.5 .....	43
Gambar 4.6 .....	55
Gambar 4.7 .....	56

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Surat Izin Penelitian dari STP AMPTA Yogyakarta
Lampiran 2	Surat Balasan Izin Penelitian dari Kopi BW
Lampiran 3	Pedoman Wawancara
Lampiran 4	Transkrip Wawancara dengan Manager
Lampiran 5	Transkrip Wawancara dengan Pemilik Kopi BW
Lampiran 6	Transkrip Wawancara dengan Kasir Kopi BW
Lampiran 7	Transkrip Wawancara dengan Barista Kopi Bw
Lampiran 8	Lembar Bimbingan Proposal
Lampiran 9	Lembar Bimbingan Skripsi
Lampiran 10	Dokumentasi

## ABSTRAK

Penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Nasi Kendil di Kopi BW” merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Nasi kendil merupakan salah satu produk dari Kopi BW yang cukup digemari oleh masyarakat Pringsewu. Dalam pemasaran produknya, Kopi BW sebenarnya tidak memiliki tim marketing khusus, akan tetapi pemilik Kopi BW memiliki rancangan strategi tersendiri dalam pemasaran produknya dalam rangka mencapai hasil penjualan yang maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan Kopi BW dalam memasarkan produk Nasi Kendil.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif melalui STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*). Sumber data yang diambil melalui sumber data primer yang terdiri dari pemilik, manajer, kasir dan barista. Sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari buku jurnal dan skripsi yang dijadikan referensi. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan juga dokumentasi. Data yang telah diperoleh kemudian direduksi, disajikan dalam display data deskriptif yang kemudian ditarik kesimpulan. Metode untuk memperoleh keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan diketahui bahwa pada segmen pasar Kopi BW menggolongkan pasar berdasarkan factor geografis dan faktor demografis yaitu masyarakat sekitar pringsewu, pesawaran, dan Tanggamus dengan rentan umur 17 tahun hingga 25 tahun. Selanjutnya, target pasar yang dipilih oleh Kopi BW berasal dari kelas menengah kebawah yakni dari kalangan pelajar dan juga mahasiswa. Dalam memposisikan pasar (*positioning*), citra yang ingin ditanamkan Kopi BW kepada para pelanggan terhadap produk yang dijual terutama nasi kendhil di lakukan melalui slogan “berasa dihati”. Dimana Kopi BW ingin memberikan kesan yang mendalam kepada para pelanggan mengenai produknya yang tidak hanya terasa di lidah saja, akan tetapi produk yang dijual terutama nasi Kendhil juga akan terasa hingga kedalam hati. Berdasarkan hasil STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*) yang telah dibahas diketahui bahwa para pelajar dan mahasiswa yang berada di Pringsewu dengan rentan umur 17 tahun hingga 25 tahun menyukai nasi kendil yang ada di Kopi BW.

**Kata Kunci : Strategi, STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*), Produk, Nasi Kendil**

## ABSTRACT

Research with the title "Marketing Strategy in Increasing Sales of nasi kendil in Kopi BW" is a study that uses a descriptive qualitative approach. Nasi kendil is one of the products from Kopi BW which is quite popular with the Pringsewu community. In marketing its products, Kopi BW actually does not have a special marketing team, but BW Coffee owners have their own strategy design in marketing their products in order to achieve maximum sales results. This study aims to determine the marketing strategy applied by Kopi BW in marketing the products of Nasi Kendil.

The method used in this study is qualitative descriptive through STP (Segmentation, Targeting, Positioning). Source of data taken through primary data sources consisting of owners, managers, cashiers and baristas. Whereas secondary data sources are obtained from journal and thesis books which are referred to as references. Data collection methods used in this study were observation, interviews and documentation. Data that has been obtained is then reduced, presented in descriptive data display which is then drawn conclusions. The method for obtaining data validity using source triangulation.

Based on the results of interviews conducted, it is known that in the Kopi BW market segment classifies the market based on geographical and demographic factors, namely the people around Pringsewu, Pesawaran, and Tanggamus with 17 to 25 years of age. Furthermore, the target market chosen by Kopi BW comes from the lower middle class, from students and students. In positioning the market, the image that Kopi BW wants to invest in customers for the products sold, especially rice kendhil, is done through the slogan "berasa sampai ke hati". Where Kopi BW wants to give a deep impression to customers about the products that are not only felt on the tongue, but the products sold especially rice Kendhil will also be felt into the heart. Based on the results of the STP (Segmentation, Targeting, Positioning) that have been discussed, it is known that students and students who are in Pringsewu with 17 to 25 years of age are fond of nasi kendil in Kopi BW.

**Key Words : Strategy, STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*), Product, Nasi Kendil**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan perindustrian restoran di Lampung sudah mulai berkembang terlebih di daerah Pringsewu. Hal ini dikarenakan daerah Pringsewu diapit oleh dua daerah wisata yakni Kabupaten Pesawaran dan Kabupaten Tanggamus yang ada di Lampung. Sehingga menjadikan daerah Pringsewu sebagai tempat para pebisnis industri restoran untuk mendirikan bisnis restoran mereka di daerah ini.

Restoran adalah istilah yang digunakan untuk menyebut usaha yang menyediakan hidangan dan menyiapkan tempat untuk pengunjung menikmati hidangan tersebut serta menetapkan tarif untuk setiap hidangan dan pelayanannya. Ninemeier dan Hays (2011:20) mengemukakan bahwa restoran adalah restoran merupakan operasi layanan suatu makanan yang mendatangkan keuntungan yang mana basis utamanya termasuk didalamnya adalah penjualan makanan atau minuman kepada individu-individu dan tamu-tamu dalam kelompok kecil.

Di Kabupaten Pringsewu sendiri terdapat lima restoran yang beroperasi diantaranya Kopi BW, Warung BW, KFC, Paloe Gada dan Bey Place. Masing-masing restoran saling berkompetisi dalam menarik minat kunjungan tamu sehingga setiap restoran perlu memiliki strategi yang baik agar dapat

menarik minat tamu dalam upaya meningkatkan hasil penjualan, seperti halnya yang dilakukan oleh Kopi BW.

Kopi BW merupakan sebuah restoran yang terletak di Kecamatan Pringombo. Restoran ini mudah diakses karena letaknya yang berada di jalan utama di Kecamatan Pringombo. Pada saat pembukaan, Kopi BW tidak melakukan *grand opening* dan hanya melakukan *soft opening* pada bulan maret tahun 2014. Kopi BW memilih menggunakan *soft opening* agar berbeda dengan restoran lainnya. Dalam *soft opening*, Kopi BW memberikan berbagai promo menarik untuk tamu seperti memberikan voucher diskon dan juga menyelipkan hadiah di bawah meja tamu.

Kopi BW cukup terkenal dikalangan anak muda dan warga Pringewu untuk dijadikan tempat berkumpul atau tempat mengerjakan tugas karena suasana tempat yang nyaman. Selain itu, di restoran ini juga menyediakan fasilitas *Wi-Fi* gratis. Kopi BW menyajikan berbagai menu nusantara seperti Roti goreng, ayam kuskus, ayam suwir, dan juga produk yang paling populer yaitu Nasi Kendil.

Nasi kendil merupakan produk *best seller* yang dijual di restoran Kopi BW. Nasi kendil merupakan hidangan nusantara yang dikreasikan oleh pemilik dari Kopi BW. Nasi kendil ini terdiri dari bahan-bahan seperti nasi, ayam goreng, tempe orek, ikan teri goreng, sambel terasi dan dipadukan dengan kuah kaldu, yang kemudian semua bahan tersebut dimasukan dalam sebuah kendil. Cara penyajian yang unik di restoran ini menjadi daya tarik tersendiri bagi tamu yang berkunjung di restoran ini, dan juga menjadi

strategi tersendiri bagi pemilik restoran dalam meningkatkan penjualan produknya.

Untuk melakukan sebuah pemasaran suatu produk maka dibutuhkan sebuah strategi yang baik dan juga promosi yang menarik. Strategi biasanya digunakan apabila restoran memiliki pesaing yang cukup kuat. Sehingga diperlukan cara untuk menghadapi hambatan, tantangan, maupun kesempatan dalam meningkatkan hasil penjualan serta mengetahui kualitas produk yang dijual. Dalam menjalankan pemasaran produk diperlukan sebuah strategi pemasaran yang tepat sebagai salah satu cara mencapai tujuan dalam meningkatkan penjualan Nasi Kendil di Kopi BW.

Berdasarkan dengan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Nasi Kendil di Kopi BW.**”

## **B. Fokus Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas yang menjelaskan mengenai persaingan di industri maka restoran. Maka, fokus masalah dari penelitian ini mengenai strategi pemasaran nasi kedndil di Kopi BW dengan menggunakan metode perencanaan strategis STP (segmentasi, targeting dan positioning) yang digunakan untuk mengevaluasi segmentasi, *targeting*, dan *positioning*.

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran Kopi BW dalam memasarkan nasi kendi melalui STP. Dengan tujuan, agar restoran Kopi BW dapat terus bersaing dengan restoran lainnya.

### **D. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini di harapkan nantinya akan memberikan manfaat antara lain:

#### 1. Bagi Penulis

Manfaat penelitian ini adalah untuk mengasah daya pikir selain itu juga untuk memperkaya ilmu pengetahuan peneliti khususnya tentang strategi pemasaran, agar ilmu yang telah didapatkan dapat di aplikasikan dalam dunia kerja.

#### 2. Bagi Lembaga STP AMPTA

Hasil dari peneitian ini di harapkan dapat dijadikan sebagai tambahan referensi bagi kegiatan – kegiatan penelitian selanjutnya.

#### 3. Manfaat Bagi Restoran Kopi BW

Hasil dari penelitian ini diharapkan pihak perusahaan sebagai masukan bagi pihak perusahaan berkaitan dengan masalah yang peneliti sampaikan.