

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA KULINER MIE GACOAN

JALAN RAYA KLEDOKAN NO.10 YOGYAKARTA

SKRIPSI



Oleh:

FENI CLAUDIA SIMAMORA

NO. MHS : 317101044

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA KULINER MIE GACOAN

JALAN RAYA KLEDOKAN NO.10 YOGYAKARTA



Oleh :

FENI CLAUDIA SIMAMORA

NO.MHS : 317101044

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I

Drs. Budi Hermawan, MM
NIDN. 0523026601

Pembimbing II

Dra. Nuharani E.K, M.Pd
NIDN. 0530046603

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pengelolaan Perhotelan

Hermawan Prasetyanto, S.ST.MM
NIDN. 0516057102

BERITA ACARA UJIAN

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA KULINER MIE GACOAN
JALAN RAYA KLEDOKAN NO.10 YOGYAKARTA**

Disusun Oleh :

FENI CLAUDIA SIMAMORA

317101044

Telah dipertahankan Di Depan Tim
Penguji Dan Dinyatakan LULUS

Pada tanggal 3 Juni 2022

Penguji Utama : Arif Dwi Saputra, S.S.M.M
NIDN. 0525047001
Penguji I : Drs. Budi Hermawan, MM
NIDN: 0523026601
Penguji II : Dra. Nuharani E.K, M.Pd
NIDN: 0530046603

Mengetahui,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta



Drs. Prilanto, MM

NIDN: 0526125901

PERNYATAAN KEASLIAN DATA SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Feni Claudia Simamora

NIM : 317101044

Program Studi : D4 Pengelolaan Perhotelan

Judul : Analisis Strategi Pemasaran Usaha Kuliner Mie Gacoan
Jalan Raya Kledokan No.10 Yogyakarta

Dengan ini 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 pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, April 2022

Yang membuat pernyataan,



Feni Claudia Simamora

NIM. 317101044

MOTTO

“Manusia dapat menimbang-nimbang dalam hati, tetapi jawaban lidah berasal daripada Tuhan. Hati manusia memikir-mikirkan jalannya, tetapi Tuhanlah yang menentukan arah langkahnya”

“Serahkanlah hidupmu kepada TUHAN dan percayalah kepada-Nya, dan Ia akan bertindak”

(Mazmur 37:5)

“Live as if you were to die tomorrow. Learn as if you were to live forever”

(Penulis)

“Orang positif saling mendoakan, orang negatif saling menjatuhkan. Orang sukses mengerti pentingnya proses, orang gagal lebih banyak protes.”

(Penulis)

“Sukses adalah guru yang buruk. Sukses menggoda orang yang tekun berpikir bahwa mereka tidak bisa gagal.”

(Bill Gates)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa dan atas dukungan serta doa dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu dengan rasa bangga dan bahagia saya haturkan rasa terimakasih saya kepada:

1. Allah Bapa di Surga penyerta hikmat dan anugrah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dan pendidikan saya dengan baik.
2. Kedua orang tua penulis yang memberikan dukuan penuh serta doa pada penulis.
3. Rekan serta sahabat seperjuangan dari berbagai bidang terutama keluarga besar dari jurusan Pengelolaan Perhotelan 2017 tetap semangat. Terimakasih untuk semua kenangan susah senang dan kerjasama bimbingan serta panduanya kepada saya selama melaksanakan kegiatan perkuliahan.

Dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, yang terus mendukung dan mendoakan yang terbaik untuk penulis. Terimakasih sebesar-besarnya. Akhir kata saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua.

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat-Nya, serta dengan usaha sepenuh hati, akhirnya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Kepariwisata pada program Studi Pengelolaan Perhotelan Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berperan, baik secara langsung maupun tidak langsung mewujudkan skripsi ini.

Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya secara tulus ikhlas penulis ucapkan kepada:

1. Bapak Drs. Budi Hermawan, MM selaku Pembimbing I yang telah dengan sabar dan arif memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Nuharani E.K, M.Pd selaku Pembimbing II yang telah dengan arif dan bijaksana memberikan bimbingan, pengarahan serta petunjuk-petunjuk pada penulisan skripsi ini.
3. Bapak Arif Dwi Saputra, S.S. M.M selaku penguji utama yang telah memberi kesempatan kepada saya untuk menjelaskan isi skripsi secara keseluruhan.

4. Bapak Drs. Prihatno, M.M selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan ijin dan fasilitas dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap dosen Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah dengan sabar membimbing dan memberi ilmu yang bermanfaat yang telah diberikan kepada saya selama ini.
6. Seluruh staff Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah membantu penulisan dalam hal administrasi akademik.
7. Ibu Ayu Andryani selaku *Store Manager* Mie Gacoan cabang Babarsari yang telah memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian.
8. Seluruh pihak yang tak dapat penulis sebutkan satu-persatu. Terimakasih atas segala ilmu, pengalaman dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis selama ini.

Penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak maupun pengembangan ilmu pengetahuan. Tak lupa penulis berharap adanya kritik dan saran dari semua pembaca untuk perbaikan pada penelitian berikutnya. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya. Kritik saran dapat disampaikan ke Venyclaudia197@gmail.com

Yogyakarta, April 2022

Feni Claudia Simamora

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	i
BERITA ACARA UJIAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN DATA SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Teorisasi	6
1. Pengertian Pemasaran	6
2. Proses Pemasaran	6
3. Bauran Pemasaran	7
4. Komponen Bauran Pemasaran	8
5. Klasifikasi Usaha Jasa Boga	13

6. Jenis-jenis Usaha Jasa Boga.....	14
B. Penelitian Terdahulu	15
C. Kerangka Pemikiran.....	17
BAB III METODE PENELITIAN.....	18
A. Metode dan Desain Penelitian.....	18
B. Lokasi dan Waktu	18
C. Teknik Cuplikan.....	19
D. Sumber Data.....	19
E. Metode Pengumpulan Data.....	21
F. Uji Keabsahan Data.....	23
G. Metode Analisi Data	23
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	27
A. Gambaran Umum	27
B. Hasil dan Pembahasan.....	32
C. Alternatif Strategi dengan matriks SWOT	60
D. Keterbatasan Penelitian.....	66
BAB V KESIMPILAN DAN SARAN	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70
PEDOMAN WAWANCARA	72
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	17
Gambar 4.1 Bangunan Usaha Kuliner Mie Gacoan cabang Babarsari Tampak Depan dan Tampak Dalam (lantai 2).....	27
Gambar 4.2 Logo Usaha Kuliner Mie Gacoan.....	28
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Mie Gacoan cabang Babarsari	29
Gambar 4.4 Foto Mie Angel Mie Gacoan.....	33
Gambar 4.5 Foto Mie Setan Mie Gacoan.....	33
Gambar 4.6 Foto Mie Iblis Mie Gacoan	34
Gambar 4.7 Foto Menu Tambahan Mie Gacoan.....	35
Gambar 4.8 Foto Menu Minuman Mie Gacoan.....	35
Gambar 4.9 Foto Harga Menu Mie Gacoan.....	42
Gambar 4.10 Foto Bangunan Mie Gacoan Babarsari.....	46
Gambar 4.11 Foto Antrian di Mie Gacoan cabang Babarsari.....	48

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matrik SWOT	25
Tabel 2.1 Matrik SWOT Terhadap <i>Product</i> Usaha Kuliner Mie Gacoan.....	61
Tabel 2.2 Matrik SWOT Terhadap <i>Price</i> Usaha Kuliner Mie Gacoan.....	62
Tabel 2.3 Matrik SWOT Terhadap <i>Place</i> Usaha Kuliner Mie Gacoan.....	63
Tabel 2.4 Matrik SWOT Terhadap <i>Promotion</i> Kuliner Mie Gacoan.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Pengantar Penelitian dari STP AMPTA YOGYAKARTA..	77
Lampiran 2. Lembar Bimbingan	78

ABSTRAK

Strategi pemasaran merupakan satu hal yang penting guna keberlangsungan suatu usaha pada restoran mie. Karena banyaknya restoran mie yang ada, mengakibatkan persaingan dalam bisnis ini semakin ketat. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk dapat mengetahui strategi yang tepat guna keberlangsungan perusahaan restoran Mie Gacoan Babarsari.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, untuk metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan melakukan teknik pengamatan secara langsung atau observasi dan dokumentasi guna memperoleh semua data yang berkaitan, serta wawancara secara mendalam.

Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa melalui strategi pemasaran yang digunakan, restoran Mie Gacoan Babarsari masih memiliki kekurangan yang dapat mengakibatkan suatu ancaman. Untuk meminimalisir ancaman tersebut, Mie Gacoan memanfaatkan kelebihan untuk memperoleh suatu peluang. Dan adapun saran yang penulis sampaikan, bahwa usaha kuliner Mie Gacoan perlu memaksimalkan pemasaran offline, lebih memperhatikan kebersihan dan higienis seluruh area resto, serta mengadakan permintaan feedback dari konsumen demi perkembangan usaha kuliner Mie Gacoan.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Analisa SWOT, Mie Gacoan

ABSTRACT

Marketing strategy is one thing that is important for the sustainability of a business in a noodle restaurant. Due to the number of noodle restaurants that exist, the competition in this business is getting tougher. Therefore, this research was conducted with the aim of knowing the right strategy for the sustainability of the Mie Gacoan Babarsari restaurant company.

This research uses qualitative methods, for the data collection method used in this study is to conduct direct observation techniques or observation and documentation in order to obtain all related data, as well as in-depth interviews.

Therefore, it can be concluded that through the marketing strategy used, Mie Gacoan Babarsari restaurant still has shortcomings that can result in a threat. To minimize this threat, Mie Gacoan took advantage of the advantages to obtain an opportunity. And as for the suggestions that the author conveys, that the Gacoan Mie culinary business needs to maximize offline marketing, pay more attention to cleanliness and hygiene of the entire restaurant area, and hold requests for feedback from consumers for the development of the Gacoan Mie culinary business.

Keyword : Analysis Marketing, Analysis SWOT, Mie Gacoan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Bisnis di bidang makanan mempunyai kecenderungan terus meningkat, baik dari segi kuantitas maupun kualitasnya. Faktanya didasarkan pada kenyataan bahwa makanan merupakan kebutuhan pokok manusia. Menurut Abraham Maslow (2016:4) menyatakan bahwa setiap manusia memiliki lima kebutuhan dasar yaitu: kebutuhan fisiologis, keamanan, cinta, harga diri, dan aktualisasi diri.

Manusia memiliki kebutuhan dasar yang bersifat heterogen. Setiap orang ada dasarnya memiliki kebutuhan yang sama, akan tetapi karena budaya, maka kebutuhan tersebut juga ikut berbeda. Dalam memenuhi kebutuhan manusia menyesuaikan diri dengan prioritas yang ada. Permintaan pangan yang terus meningkat karena merupakan kebutuhan dasar manusia berimbas terhadap peningkatan penawaran makanan. Hal ini sesuai dengan hukum permintaan dan penawaran (*supply and demand law*), oleh karena itu bisnis di bidang makanan juga selalu meningkat dan berkembang dari waktu ke waktu.

Kota Yogyakarta kini menjadi pilihan pengusaha dalam berbisnis kuliner. Usaha kuliner terbilang tidak ada matinya, di setiap sudut kota disepanjang jalan protokol berjejer usaha kuliner mulai tenda-tenda pedagang kaki lima, cafe, restaurant, rumah makan, ruko hingga resto di mall. Menyajikan makanan yang halal, sehat, berkualitas, cita rasa yang

khas, diolah dengan bumbu pilihan dengan harga terjangkau tentu sangat diminati bagi semua kalangan masyarakat. Perkembangan usaha kuliner yang begitu pesat, memunculkan usaha kuliner dengan berbagai macam jenis variasi menu masakan. Salah satunya adalah mie yang berbahan dasar gandum.

Mie kini telah berkembang menjadi salah satu makanan favorit masyarakat Indonesia. Dengan kreativitas dan inovasi kini olahan mie tidak hanya sebatas mie ayam atau mie goreng seperti yang sudah umum di masyarakat. Mie bercitarasa pedas adalah terobosan baru di bidang usaha kuliner. Seperti diketahui bahwa persaingan usaha kuliner khususnya mie bercitarasa pedas di Kota Yogyakarta semakin meningkat. Sehingga adanya persaingan pasar membuat pemilik usaha semakin jeli dalam meningkatkan kualitas dan menciptakan inovasi produknya, dengan tujuan untuk menjaga loyalitas konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Dengan demikian, pengusaha harus mampu menciptakan strategi untuk bersaing, agar usaha dapat berjalan dengan lancar kedepannya.

Keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari bagaimana usaha tersebut mampu memasarkan produk yang berkualitas dengan harga terjangkau sehingga membuat konsumen berminat dan tertarik untuk melakukan pembelian. Untuk dapat menarik konsumen agar membeli produk yang dihasilkan, maka perusahaan harus mampu merumuskan strategi pemasaran seperti apa yang akan digunakan. Strategi pemasaran

yang dilakukan oleh suatu usaha kuliner dapat dijadikan sebagai upaya menarik konsumen dalam memilih produk.

Setiap usaha, baik usaha kecil maupun usaha besar, tentunya memiliki karakteristik dan keunggulan yang berbeda-beda dalam hal produk, tempat, harga, maupun promosi yang dilakukan. Restoran Mie Gacoan, yang berpusat di Kota Yogyakarta merupakan salah satu usaha restoran mie yang cukup besar dan terkenal serta telah memiliki cabang di beberapa daerah di Kota Yogyakarta bahkan di beberapa kota lainnya. Karakteristik dari Restoran Mie Gacoan yaitu menawarkan produk makanan mie dengan berbagai macam tingkat level kepedasan yang bisa dipilih sesuai dengan namanya dan berbagai macam minuman yang tak kalah unik namanya. Nama Gacoan yang berarti jagoan atau andalan dalam bahasa Jawa. Nama yang terbilang unik membuat masyarakat penasaran dan antusias untuk berkunjung ke tempat tersebut.

Mie Gacoan dapat menjadi rekomendasi untuk bersantap mie terutama bagi pelajar dan mahasiswa, mereka juga bisa berkumpul dan mengerjakan tugas bersama. Dengan tempat yang atraktif, dan juga berbagai fasilitas seperti: wifi, terminal kuning, musik terbaru, yang dilengkapi dijamin dapat membuat pelanggan betah dan selalu ingin kembali lagi. Bukan hanya itu, mie gacoan juga sangat sering memberikan potongan harga melalui pembelian menggunakan aplikasi *go-food*, *grab food*, *shoppe-food* sehingga tidak jarang ditemui para ojek online yang antri melakukan pembelian di mie gacoan. Oleh karena itu, peneliti sangat

tertarik untuk melakukan penelitian di Mie Gacoan cabang Babarsari kota Yogyakarta dan mengambil penelitian berjudul “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA KULINER “MIE GACOAN” JALAN RAYA KLEDOKAN NO.10 YOGYAKARTA”.

B. Fokus Masalah

Untuk mempermudah penulis dalam menganalisa hasil penelitian, maka peneliti perlu membatasi permasalahan yang ada untuk memfokuskan pada strategi pemasaran Usaha Kuliner Mie Gacoan yang meliputi *product, price, place, promotion*.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk memperoleh data yang sesungguhnya, sehingga masalah yang diteliti dapat diselesaikan sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Maka untuk mengetahui permasalahan yang diteliti serta memperoleh data yang sesungguhnya, diperlukan tujuan penelitian antara lain, mengetahui strategi bauran pemasaran pada *product, price, place* dan *promotion* Usaha Kuliner Mie Gacoan.

D. Manfaat Penelitian

Penulisan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai kalangan yaitu, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Di bidang usaha kuliner, mampu memberikan sumbangan pemikiran mengenai strategi pemasaran, dalam mencangkup berbagai aspek

didalamnya agar terus berkembang sesuai dengan tuntutan dan kebutuhan konsumen

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

- 1) Diharapkan akan dapat menambah pengetahuan atau cakrawala berfikir dalam wawasan dibidang perhotelan, khususnya di bidang usaha kuliner serta pentingnya penerapan teori-teori bauran pemasaran yang telah dipelajari dibangku kuliah.
- 2) Mendapat pengalaman dan pengetahuan, sekaligus mendapatkan gambaran nyata, khususnya mengenai objek yang diteliti.
- 3) Sebagai bekal mengembangkan diri dan pengetahuan bagi peneliti yang akan dilakukan di masa depan.

b. Bagi Restoran Mie Gacoan Jalan Raya Kledokan No.10 Yogyakarta

Gambaran tentang sejauh mana bauran pemasaran agar lebih memahami dan mengetahui aspek-aspek yang perlu ditingkatkan dalambidang strategi bauran pemasaran untuk dapat mencapai tujuan perusahaan.

c. Bagi STP AMPTA Yogyakarta

Menambah perbendaharaan di perpustakaan yang selanjutnya dapat digunakan serta dimanfaatkan sebagai bahan informasi