PENERAPAN *MARKETING MIX* DALAM USAHA RESTORAN CEPAT SAJI TAKESHI BENTO PADANG

Tugas Akhir

Untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar Ahli Madya
Program Studi Administrasi Bisnis
Jurusan Administrasi Niaga

MILIK
UPT PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS ANDALAS
TERDAFTAR
TANGGAL : 21 - 1 - 2008
NOMOR BI: 5090720096

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS ANDALAS
UPT PERPUSTAKAAN

Oleh:

Pebiola Pransiska
05 076 058

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2008

No. Alumni Universitas	Pebiola Pransiska	No. Alumni Fakultas

BIODATA

a).Tempat/Tanggal Lahir: Padang, 06 Juni 1987 b).Nama Orang Tua: Prayitno dan Lina Marnis c).Fakultas: Politeknik d).Jurusan: Administrasi Niaga e). No. BP: 05076058 f).Tgl.Lulus: 21 November 2008 g).Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h).IPK: 2.97 i).Lama studi: 3 tahun j). Alamat orang tua: Perum.Bunga Mas Blok C No. 22 Tahap I Rawang Tunggul Hitam Padang 25171

PENERAPAN MARKETING MIX DALAM USAHA RESTORAN CEPAT SAJI TAKESHI BENTO PADANG

Tugas Akhir DIII oleh Pebiola Pransiska. Pembimbing I: Alhapen Ruslin Chandra, SE, MT, M.Com
Pembimbing II: Endang Afriyeni, SE

ABSTRAK

Marketing Mix merupakan suatu hal yang penting dalam kegiatan bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) pada Restoran Takeshi Bento Padang. Takeshi Bento merupakan suatu restoran yang termasuk pada industri jasa. Elemen *marketing mix* yang dilihat pada Restoran Takeshi Bento adalah produk (*product*), distribusi (*place*), harga (*price*), promosi (*promotion*), orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*) dan proses (*process*). Dalam menganalisis data, Penulis menggunakan metode analisis data deskriptif, yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat sekarang.

Produk makanan yang dijual Restoran Takeshi Bento adalah *beff yakiniku, chicken teriyaki, chicken katsu, lamb, ribs, ebi katsu, chicken wings, chicken strip, fried chicken steak, seafood burger steak, fried beef steak, chicken burger steak, chicken steak, beef burger steak,* dan *beef steak original*. Penetapan harga jual menerapkan *Percentage of Cost* nya 80%. Takeshi Bento berlokasi di jalan Rawang No. 16 belakang Rocky Plaza Padang dan cabang di Jalan Diponegoro No. 15 A Padang. Kegiatan promosi yang dilakukan yaitu dengan menyebarkan brosur, spanduk, media massa (radio dan internet), promosi langsung, melalui keikutsertaan dalam kegitan sekolah, dan bazaar. Takeshi Bento menggunakan karyawan yang mempunyai kapasitas dibidang kuliner, minimal lulusan SMU, melalui proses penyeleksian seperti interview, proses magang dan kontrak kerja. Bukti fisik Takeshi Bento tempat usaha yang bergaya Jepang memiliki warna yang cerah, logo, lampu lampion bergaya jepang, tulisan kanji, gantungan lampu hias warna-warni, gambar-gambar unik Jepang, peralatan dapur, piring dan mangkok hidangan yang disesuaikan, kursi dan meja, bukti-bukti laporan kegiatan usaha, brosur, dan spanduk. Takeshi Bento mulai buka pada pukul 10.00 sampai 22.00 WIB. Karyawan Takeshi Bento harus datang pada jam 08.00 WIB untuk memulai melaksanakan kegiatan rutin setiap harinya.

Tugas akhir ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan pembimbing dan dinyatakan lulus tanggal: 21 November 2008

Abstrak ini telah disetujui penguji:

Tanda Tangan	1.	2.	3.	4.
Nama Terang	Endang Afriyeni, SE	Nurhayati, SE	Novirwan Trinanto, SE, M.Si	Dra. Fitri Adona, M.Si

Mengetahui:
Ketua Jurusan

Sarmiadi, SE
Nip.132.282.158

Tanda tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan mendapatkan Nomor Alumnus:

	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama	Tanda tangan
No. Alumni Universitas	Nama	Tanda tangan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman yang semakin maju, ditandai dengan tingginya tingkat pertumbuhan berbagai bidang usaha makanan, hal ini dalam rangka memenuhi tuntutan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan selera yang merupakan bisnis yang menjanjikan tingkat perputaran uang dan modal yang cepat. Urusan makan tak lagi hanya dipandang sebagai pemuas rasa lapar saja. Melainkan sudah merambah kebanyak hal hingga makan merupakan salah satu cara mengungkapkan gaya hidup seperti untuk kepentingan gengsi, sebagai identitas bangsa, sebagai elemen pokok wisata, bisnis, asmara dan lain sebagainya. Sehingga sudah sejak lama makan menjadi ajang bisnis yang menggiurkan dan karena makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok maka usaha makanan menjangkau hampir semua kalangan baik dari kalangan bawah, menengah hingga kalangan atas.

Semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat akan berbagai menu sajian yang menggugah selera menyebabkan munculnya berbagai pengusaha makanan dan menanggapi pasar dengan membangun tempat makan dengan memberikan kepuasaan dalam pelayanan yang baik agar menarik pelanggan datang dan datang lagi.

Berdasarkan jenisnya, tempat makan terbagi atas warung, warung tenda, restoran dan *fine dinning* (*www.dunia_makanan.com;minggu, 6 Juli 2008*). Bisnis restoran sebaiknya memerlukan sebuah strategi pelayanan yang baik dalam menarik pelanggan, seperti pelayanan dalam pengaturan tempat dan suasana yang nyaman merupakan nilai tambah sebuah usaha tempat makan karena tanpa adanya makanan yang lezat, sebagus apapaun tempatnya maka orang akan enggan mengunjungi tempat makan tersebut.

Salah satu jenis usaha yang sudah sangat berkembang bahkan sampai keseluruh dunia adalah makanan cepat saji. Keberadaan restoran cepat saji semakin memperkaya ragam makanan masyarakat Indonesia. Restoran cepat saji menyajikan menu-menu sajian yang praktis seperti ayam goreng, kentang goreng, burger, pizza dan menu lainnya.

Perkembangan ini didukung oleh tingginya minat masyarakat Indonesia terhadap makanan yang berasal dari luar negeri, karena dinilai lebih bergengsi juga enak dengan harga yang standar. Berbagai restoran siap saji murah didapat di kota Padang, baik itu restoran khas dari kota sendiri maupun makanan dari yang berasal dari luar negri. Hal ini terlihat dari banyaknya restoran dengan menu makanan khas Padang, restoran lainnya yang menyajikan ayam goreng khas sebagai sajian utama, bahkan restoran yang bergengsi sekalipun yang ada di kota Padang yang dapat dinikmati oleh kalangan tertentu.

Restoran merupakan sebuah tempat makan yang memberikan nilai lebih dari sekedar tempat makan biasa. Makan di restoran juga menjadi tempat untuk berkumpul. Acara-acara rapat bagi orang bisnis, pertemuan dan bahkan hanya

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan uraian yang telah penulis kemukakan pada bab-bab sebelumnya, maka pada bab ini penulis akan menarik kesimpulan dan mengemukakan saran-saran yang dapat kiranya diterima dan dilaksanakan oleh usaha tempat makan ini untuk masa yang akan datang.

5.1 Kesimpulan

1. Produk makanan Jepang yang dijual oleh Takeshi Bento mulai dari *beff yakiniku, chicken teriyaki, chicken katsu, lamb, ribs, ebi katsu, chicken wings, chicken strip, fried chicken steak, seafood burger steak, fried beef steak, chicken burger steak, chicken steak, beef burger steak,* dan *beef steak original.*
2. Penetapan harga jual Takeshi Bento Padang ditentukan dengan *Cost Plus Percentage of Cost Pricing*. Dalam penetapan harga, Takeshi Bento Padang menerapkan *Percentage of Cost* nya 80%.
3. Takeshi Bento berlokasi di Jln. Rawang No. 16 belakang Rocky Plaza Padang berada dikawasan perumahan penduduk, sekitar pusat perbelanjaan serta pasar dan telah memiliki cabang di Jalan Diponegoro No. 15 A Padang sebelah Hotel Dippo.
4. Kegitan promosi yang telah dilakukan yaitu dengan menyebarkan brosur, spanduk, media massa (radio dan internet), mulut ke mulut, melalui keikutsertaan dalam kegitan sekolah dan bazaar.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 1998. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabetha

Angipora, Darius. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Assauri, Sofjan. 2004, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, Edisi I, Cetakan ke-7

Chandra, Gregorius. 2002. *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi

Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: CV. Alfabeta

Kotler, Philip: Gary Amstrong. 1997. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo

Khotijah, Siti, 2004, *Smart Strategy of "Marketing"* Persaingan Pasar Global. CV. Alfabeta Bandung

Payne, Adrian. 2000. *The Essence of Service Marketing "Pemasaran Jasa"*. Yogyakarta: Andi Offide

Swastha, Basu: Ibnu Sukotjo, 2002. *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: Libery