

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Perusahaan

1.1.1 Sejarah Perusahaan

Dapur Bebek adalah sebuah rumah makan yang ada di daerah Bandung yang merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam industri kuliner yaitu menjual bebek sebagai menu utama dan beberapa menu tambahan lainnya seperti ayam, mie ayam, aneka cah, ramen, dan lain-lain. Sesuai dengan namanya, rumah makan tersebut diberi nama Dapur Bebek karena menyajikan menu utama yaitu bebek asap dan entok asap. Diferensiasi produk Dapur Bebek

Dapur Bebek didirikan oleh Bapak adalah pada olahan Bebek Asapnya yang baru pertama di Bandung. Ipung selaku owner dari Dapur Bebek pada tanggal 20 Juni 2008 yang bertempat awal di Ciparay, Bandung, Jawa Barat. Pada awal didirikan, Dapur Bebek hanya memiliki satu tempat dan hanya cukup untuk sekitar 40 orang, namun seiring berjalannya waktu, rumah makan ini terus berkembang dan membuka beberapa cabang yang sekarang memiliki 3 cabang yang tersebar yaitu di Sukamenak Kopo, Margacinta dan Dipatiukur.

Seiring berjalannya waktu, tidak hanya membuka cabang yang cukup banyak, menu yang disajikan oleh Dapur Bebek pun terus mengalami peningkatan, bukan hanya bebek saja, tapi rumah makan ini juga menyajikan ayam, aneka cah, aneka jus, aneka olahan ikan, dan lain-lain. Menu-menu yang ada di rumah makan ini diolah menggunakan bumbu racikan khas sunda yang dapat memanjakan lidah konsumennya. Dapur Bebek memiliki *tagline* “*Bukan bebek biasa*” karena dimasak dengan cara diasap, bukan digoreng, membuat kelembutan dagingnya tetap terjaga.

Dapur Bebek menyediakan menu utama yaitu Bebek, Entok, dan Ayam. Selain itu Dapur Bebek juga menyediakan beberapa menu tambahan seperti limpa, paru, babat, cah kangkung, dan beberapa minuman.

1.1.2 Logo dan Makna Logo

Berikut logo beserta makna dari Dapur Bebek adalah sebagai berikut :



GAMBAR 1.1

Logo Dapur Bebek

Sumber: Data Internal Perusahaan, 2017

Makna Warna dan Gambar pada Logo :

- Warna kuning langsung di dalam logo merangsang aktivitas mental serta dapat menarik perhatian pada perasaan bahagia
- Tulisan Dapur Bebek di dalam logo mempresentasikan nama perusahaan
- Gambar Bebek di dalam logo menggambarkan menu utama serta menu andalannya yaitu bebek.

1.1.3 Jenis-Jenis Produk Dapur Bebek

Adapun kategori produk yang ditawarkan oleh Dapur Bebek dengan harga yang ditawarkan dapat dilihat pada Tabel 1.1 sebagai berikut :

TABEL 1.1

Menu makanan dari Dapur Bebek

Menu Bebek & Ayam	
Menu	Harga
Bebek asap/ekor dan bebek goreng/ekor	Rp105.000
Bebek asap/pcs dan bebek goreng/pcs	Rp27.000
Ayam asap/ekor dan ayam goreng/ekor	Rp60.000
Ayam asap/pcs dan ayam goreng/pcs	Rp16.000
Aneka cah	
Cah brokoli polos	Rp16.000
Cah brokoli lada hitam	Rp21.000
Cah kangkung polos	Rp15.000
Cah kangkung lada hitam	Rp18.000
Cah buncis	Rp14.000
Cah buncis lada hitam	Rp19.000
Cah pak coy	Rp16.000
Cah pak coy lada hitam	Rp19.000

(Sambungan)

Cah taugé	Rp14.000
Cah taugé lada hitam	Rp19.000
Aneka Mie	
Mie ayam	Rp11.000
Mie ayam bakso	Rp15.000
Mie ayam siomay	Rp13.000
Mie ayam ceker	Rp15.000
Bakso kuah	Rp15.000
Mie Yamin	Rp20.000
Aneka Sup dan Ikan	
Ikan gurame	Rp49.000
Tahu/tempe	Rp4.000
Sop ikan gurame	Rp49.000
Iga bakar dan sup iga	Rp41.000
Aneka Ramen	
Ramen polos	Rp11.000
Ramen chicken/bakso/sosis/goreng kikil	Rp20.000
Ramen beef	Rp21.000
Ramen baby katsu	Rp18.000
Ramen keju	Rp17.000
Aneka Minuman	
Aneka jus	Rp15.000
Lemon tea	Rp8.000
Ice coffee	Rp9.000
Cappucino	Rp12.000
Ice tea/hot tea	Rp6.000
Teh botol/fruita	Rp7.000
Es durian	Rp20.000
Es salju oreo	Rp11.000
Teh tarik	Rp10.000
Teh Matcha + float	Rp15.000

Sumber: Data Internal Perusahaan, 2017

Bebek asap merupakan menu andalan di Dapur Bebek, bebek asap ini memiliki tekstur yang agak basah. Cara pembuatan bebek asap ini yaitu dibumbui terlebih dahulu sebelum diasap sehingga terasa gurih. Berbeda dengan dibakar, bebek yang dimasak dengan cara diasap membuat bumbunya meresap hingga ke dalam daging bebeknya. Beberapa menu utama lain seperti ayam asap, entog asap, ayam bakar dan juga bebek bakar.



GAMBAR 1.2

Menu Dapur Bebek

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2017

1.1.4 Visi dan Misi Perusahaan

Adapun Visi dan Misi dari Dapur Bebek adalah sebagai berikut :

a. Visi

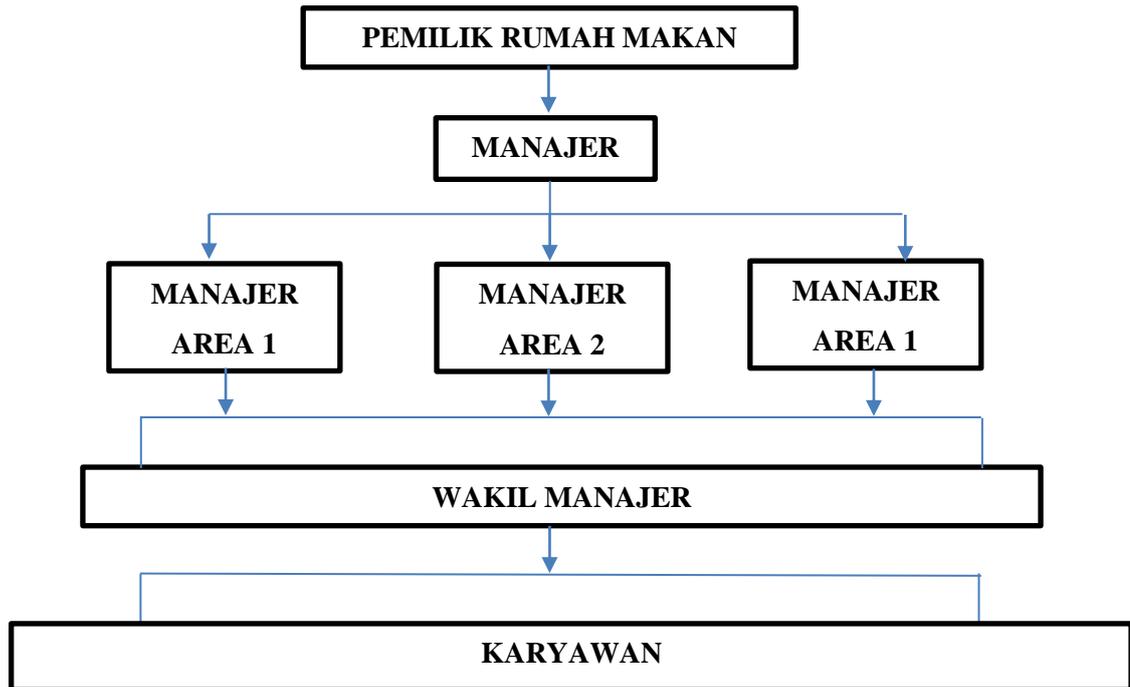
Menjadi rumah makan bebek pilihan konsumen di Indonesia.

b. Misi

1. Menyajikan menu yang lezat, sehat dan halal.
2. Memberikan cita rasa yang khas untuk konsumen.
3. Memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen.
4. Mengutamakan kebersihan makanan dan kualitas makanan

1.1.4 Struktur Organisasi

Adapun Struktur Organisasi dari Dapur Bebek adalah sebagai berikut :



GAMBAR 1.3

Struktur Organisasi Dapur Bebek

Sumber : Data Internal Perusahaan, 2017

Suatu organisasi dibuat untuk mencapai tujuan perusahaan agar sesuai dengan yang diharapkan. Oleh karena itu, para anggota organisasi diwajibkan untuk melakukan pembagian kerja agar tujuan organisasi tersebut tercapai, berikut ini deskripsi jabatan yang ada di Restoran Dapur Bebek :

1. Pemilik Rumah Makan

- a. Menentukan visi, misi dan tujuan restoran
- b. Mengevaluasi kegiatan yang berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan
- c. Membuat strategi penjualan
- d. Sebagai pengambil keputusan dalam menyelesaikan masalah yang ada dalam perusahaan

2. Manajer Pusat

- a. Membantu pemilik membuat strategi pemasaran dan penjualan dari cabang-cabang restoran yang dimiliki
- b. Mengawasi kinerja dari masing-masing cabang restoran

3. Manager Area

- a. Membantu pemilik untuk membuat strategi pemasaran khusus di cabangnya

- b. Mengawasi perkembangan perusahaannya di cabang yang ditugaskan
4. Wakil Manajer
- a. Mengawasi kinerja karyawan dari suatu cabang yang ditugaskan
 - b. Mengontrol segala aktifitas di lapangan
5. Karyawan
- a. Mengerjakan tugas dengan kewajibannya masing-masing seperti yang bertugas bagian pelayanan, bagian dapur, bagian bersih bersih dan lain-lain.
 - b. Memberikan pelayanan sepenuhnya kepada pelanggan
 - c. Mematuhi segala kewajiban perusahaan yang diutus oleh wakil manajer.

1.2 Latar Belakang

Bandung merupakan suatu kota yang sangat menarik untuk dikunjungi bagi kalangan domestik maupun mancanegara. Di Indonesia, kota Bandung menjadi salah satu destinasi terfavorit bagi seluruh kalangan untuk berwisata. Berbagai macam wisata yang disajikan oleh Kota Bandung. Mulai dari wisata budaya, wisata bersejarah, wisata pendidikan hingga wisata rekreasi. Terbukti dengan adanya penelitian dari Badan Pusat Statistik yang dijelaskan dengan tabel dibawah sebagai berikut :

TABEL 1.2
Data Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik
Kota Bandung Tahun 2010-2014

No	Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Domestik	Jumlah
1	2010	180.603	3.024.666	3.205.269
2	2011	194.026	2.882.010	4.070.072
3	2012	158.848	3.354.857	3.513.705
4	2013	170.982	3.726.447	3.897.429
5	2014	176.487	4.242.294	4.418.781

Sumber : BPS (Badan Pusat Statistik) 2015

Dari tabel di atas kita dapat menyimpulkan bahwa kota Bandung mempunyai peluang yang sangat tinggi untuk menjadi tujuan destinasi para wisatawan lokal maupun mancanegara dengan berbagai aspek wisata yang disuguhkan oleh Kota

Bandung yang sangatlah menarik banyak pengunjung wisatawan mancanegara maupun domestik.

Dari banyaknya kunjungan wisatawan tersebut, tidak hanya kunjungan wisata budaya, rohani hingga wisata rekreasi, wisata kuliner pun juga menjadi salah satu alasan destinasi para wisatawan.

Banyaknya keanekaragaman kuliner yang disuguhkan oleh Kota Bandung menjadi suatu aspek tersendiri yang menjadi alasan banyaknya peminat wisatawan domestik maupun mancanegara. Dari mulai kuliner khas Bandung, hingga tempat kuliner yang menyuguhkan suasana ataupun atmosfer yang sangat diminati oleh wisatawan. Berikut data statistik jumlah restoran, rumah makan dan *Bar/Cafe* di Kota Bandung menurut Badan Pusat Statistik adalah sebagai berikut :

TABEL 1.3

Data Jumlah Restoran, Rumah Makan dan Bar di Kota Bandung Tahun 2014

No	Kategori	Jumlah
1	Taman Kencana	1
2	Taman Salaka	67
3	Taman Gangsa	167
4	Restoran Waralaba	62
5	Bar	13
6	Rumah Makan Kelas A	36
7	Rumah Makan Kelas B	152
8	Rumah Makan Kelas C	155
Jumlah		653

Sumber : BPS (Badan Pusat Statistik) 2015

Dari jumlah data diatas terbukti banyak sekali para pebisnis yang memanfaatkan peluang bisnis yang menjanjikan ini.

Peluang tersebut juga dimanfaatkan sebaik mungkin oleh Dapur Bebek untuk menarik konsumen dari dalam ataupun luar Bandung untuk menikmati wisata kuliner Bebek di Dapur Bebek Bojongsoang Bandung. Namun, usaha kuliner yang memiliki strategi pemasaran yang tepatlah yang dapat bertahan dari persaingan pasar yang sangat luas ini.

Mengangkat tema makanan khas Sunda dan juga Menu makanan khas Dapur Bebek yang cukup fenomenal, merupakan salah satu daya tarik dapur bebek dalam menggait pelanggannya. Namun tidak sedikit dari konsumen yang mengetahui informasi mengenai Dapur Bebek. Mayoritas konsumen mengetahui informasi Dapur Bebek hanya dari mulut ke mulut saja, hal tersebut menjadi alasan utama Dapur Bebek harus menyusun ulang strategi promosi yang diterapkannya. Dikarenakan banyaknya pesaing terutama dalam segmentasi pasar yang sama yaitu menjual makanan olahan Bebek. Berikut Rumah Makan olahan Bebek yang menjadi pesaing dari Dapur Bebek :

TABEL 1.4
Rumah Makan Bebek yang ada di Bandung

No	Nama Bisnis Bebek	Alamat
1	Bebekudig	Jl. RE Martadinata No. 195
2	Bebek Salero	Jl. Dewi Santika No. 2
3	Bebek Garang	Jl. Braga No. 34 Jl. Sulanjana No. 19 Jl. Riau No. 144
4	Bebek Goreng H. Slamet	Jl. Soekarno Hatta No. 171
5	Bebek Kelenteng Restaurant	Jl. Kelenteng No. 1
6	Golden Duck	Jl. Kebon Kawung No. 24
7	Bebek Van Java	Jl. Lombok No. 47
8	Bebek Bakar Ayayo	Jl. Bengawan No. 67
9	Ratu Bebek	Jl. Supratman
10	Bebek Goreng Kremes Kampoeng Solo	Jl. Sukamekar III No. 6
11	Bebek Kaleyo	Jl. Pasir Kaliki No. 185-189
12	Bebek Ali Borromeus	Jl. Hasanudin
13	Bebek Penyet Presto	Jl. Cibogo
14	Dapur Bebek	Jl. Terusan Buahbatu

Sumber : Survey Penulis, 2017

Dari tabel diatas kita dapat mengetahui banyak nya pesaing dari Dapur Bebek Bojongsoang Bandung. Terdapat 13 Rumah makan dengan segmentasi pasar yang sama yaitu menjual makanan olahan bebek. Dari 14 rumah makan bebek yang ada,

penulis mencoba untuk men-survey dengan 30 orang responden yang dipilih secara acak untuk mengetahui rumah makan bebek mana yang lebih diminati. Hasil survey dari penulis didapatkan sebagai berikut :

TABEL 1.5

Survey Peminat Rumah Makan Bebek di Bandung

No	Rumah Makan	Peminat
1	Bebekudig	-
2	Bebek Salero	3
3	Bebek Garang	2
4	Bebek Goreng H. Slamet	6
5	Bebek Kelenteng Restaurant	-
6	Golden Duck	-
7	Bebek Van Java	4
8	Bebek Bakar Ayayo	-
9	Ratu Bebek	-
10	Bebek Goreng Kremes Kampoeng Solo	-
11	Bebek Kaleyo	8
12	Bebek Ali Borromeus	6
13	Bebek Penyet Presto	-
14	Dapur Bebek	2
	Total	30

Dari data survey pra penelitian diatas yang dilakukan peneliti pada 30 orang responden di Bandung dapat disimpulkan bahwa restoran dengan jumlah peminat terbanyak adalah Bebek Kaleyo dengan 8 responden yang memilih dan peminat paling sedikit yaitu Bebek Penyet Presto, Bebek Goreng Kremes Kampoeng Solo, Ratu Bebek, Bebek Kelenteng Restoran, Bebekudig dengan 0 responden dari 30 orang responden. Sedangkan peminat Dapur Bebek sendiri dipilih sebanyak 2 dari 30 responden.

Untuk meraih misi dari Dapur Bebek Bojongsoang Bandung yaitu menjadi rumah makan bebek pilihan konsumen di Indonesia, Dapur Bebek Bojongsoang

Bandung tidak hanya menciptakan produk dan layanan yang unggul dan memiliki nilai tambah, namun salah satu faktor utamanya adalah menyampaikan informasi mengenai keunggulan produk yang ditawarkan, dengan mengembangkan strategi promosi sehingga dapat menyampaikan keunggulan produk atau jasa yang ditawarkan, sehingga dapat menarik minat beli konsumen untuk memutuskan pembelian suatu produk atau jasa yang ditawarkan.

Promosi Penjualan adalah salah satu penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Menurut Kotler dan Keller (2012:523) “Promosi penjualan adalah kunci utama dalam kampanye pemasaran, terdiri dari kumpulan alat insentif, sebagian besar dalam waktu jangka pendek, yang dirancang untuk merangsang lebih cepat atau lebih besar pembelian produk atau jasa tertentu oleh konsumen atau perdagangan.” Dengan melakukan strategi promosi khususnya Promosi Penjualan dapat meningkatkan *brand awarness* dan juga berpotensi pada meningkatnya penjualan.

Dari hal tersebut peneliti ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi kelemahan dari Promosi Penjualan Dapur Bebek Bojongsoang Bandung sehingga menurut data survey pra penelitian yang dilakukan oleh penulis yang menerangkan bahwa konsumen kurang meminati Dapur Bebek Bojongsoang Bandung dibandingkan dengan Rumah Makan olahan Bebek yang lain. Peneliti membatasi penelitian hanya dari aspek promosi penjualan yang dilakukan oleh dapur bebek.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan di atas, penulis akan menganalisis Promosi Penjualan pada Dapur Bebek. Oleh karena itu penulis mengangkat judul “**ANALISIS PROMOSI PENJUALAN PADA DAPUR BEBEK BOJONGSOANG BANDUNG TAHUN 2017**”.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan dibahas dalam masalah ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana pelaksanaan Promosi Penjualan pada Dapur Bebek Bojongsoang Bandung?
- b. Bagaimana Promosi Penjualan dilihat dari persepsi konsumen Dapur Bebek Bojongsoang Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan Observasi terkait perumusan masalah sebelumnya adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pelaksanaan Promosi Penjualan yang dilakukan di Dapur Bebek Bojongsoang Bandung
- b. Untuk mengetahui bagaimana Promosi Penjualan dilihat dari persepsi konsumen Dapur Bebek Bojongsoang Bandung.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi dan masukan bagi Dapur Bebek untuk menganalisis kegiatan Promosi Penjualan pada Dapur Bebek Bojongsoang Bandung

1.5.2 Aspek Akademis

- a. Bagi Penulis Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sarana untuk mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari selama kuliah di D3 Manajemen dan menambah pengetahuan penulis mengenai Promosi Penjualan dimana penulis mencoba untuk menganalisis keefektifan dalam kegiatan Promosi Penjualan yang dilakukan oleh Dapur Bebek Bojongsoang Bandung
- b. Bagi Pembaca Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada para pembaca dalam bidang pemasaran khususnya untuk analisis kegiatan Promosi Penjualan yang dilakukan oleh Dapur Bebek Bojongsoang Bandung dan memberikan referensi untuk penulis yang lainnya.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum mengenai obyek studi penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan diadakannya penelitian, ruang lingkup penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Dalam bab ini dikemukakan dengan jelas mengenai hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan masalah yang akan diteliti. Bab ini meliputi uraian tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data sehingga dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai deskripsi objek penelitian, hasil analisis dan pengolahan data beserta pembahasannya, yang disajikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan lingkup penelitian serta konsisten dengan tujuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran maupun rekomendasi yang dapat diberikan kepada perusahaan dan pihak lain yang membutuhkan