



I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis kuliner di Indonesia berkembang semakin pesat. Berdasarkan data yang dihimpun dari Badan Ekonomi Kreatif, industri kuliner berkontribusi 41,4% terhadap produk domestik bruto (PDB) subsektor ekonomi kreatif tahun 2016 hingga 2018, total kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB mencapai Rp. 1.100 triliun. Subsektor *fashion* menyumbang sebesar 35,7% dan subsektor kriya menyumbang sebesar 22,9%. Perkembangan bisnis *food and beverages* semakin bervariasi salah satunya yaitu *catering*. Pertumbuhan usaha *catering* yang telah berkembang dengan pesat saat ini dikarenakan permintaan yang tinggi atas kebutuhan konsumen untuk acara pernikahan, perkumpulan keluarga, rapat, acara kantor, seminar, *catering* karyawan, dan lain-lain.

Semakin berkembangnya permintaan atas jasa *catering* maka banyak *catering* baru yang terjun ke bidang ini sehingga membuat persaingan menjadi semakin ketat. Hal tersebut membuat pelaku usaha *catering* mengalami tantangan yang lebih berat untuk mampu mempertahankan keberadaannya dan juga mengembangkan usahanya. Pertumbuhan yang pesat untuk memenuhi kebutuhan konsumen di satu area pasar yang sama akan memperketat persaingan. Selain itu permasalahan internal dari usaha *catering* tersebut seperti kurangnya inovasi dan keterampilan yang kurang dari karyawannya serta modal yang terbatas juga memperlambat peningkatan daya saingnya (Hatta 2015). Sehingga dalam hal ini banyak faktor yang mempengaruhi industri *catering* agar dapat bertahan ataupun tumbuh dan berkembang. Kemampuan *catering* untuk bertahan ataupun tumbuh dan berkembang harus dilihat dari kinerja pemasaran tersebut.

Di era globalisasi saat ini, pemasaran merupakan hal yang sangat penting, mengingat banyaknya persaingan yang terjadi antara perusahaan-perusahaan yang bertarung merebut konsumen di setiap lini dan segmentasi konsumen yang ada di suatu wilayah penjualan. Pemasaran menjadi salah satu aspek yang mendorong meningkatnya volume penjualan suatu perusahaan sehingga tujuan perusahaan tercapai. Konsumen seringkali mengambil keputusan pembelian dengan melihat aspek pemasaran dari suatu barang atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan barang atau jasa. Penentuan strategi pemasaran yang tepat dapat dilakukan dengan menggunakan unsur – unsur bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P yakni *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*.

Restoran sebagai usaha penyediaan jasa makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses produksi, penyimpanan, dan penyajian di suatu tempat tetap dan tidak berpindah-pindah dengan tujuan memperoleh keuntungan dan/atau Restoran merupakan salah satu usaha dalam bidang jasa boga yang melakukan kegiatan produksi makanan. Produksi makanan adalah kegiatan mengubah bahan makanan mentah menjadi makanan yang siap dikonsumsi oleh konsumen. Salah satu contoh penyedia jasa makanan dan minuman yang memproduksi berbagai macam hidangan adalah Saleroku resto.

Saleroku resto merupakan satu dari banyak pelaku usaha yang menekuni bisnis kuliner terutama *catering*. Saleroku resto salah satu sektor yang cukup terdampak pandemi *Covid-19*, yang mengakibatkan penutupan usaha selama satu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



tahun. Pada akhirnya pihak manajemen Saleroku resto yang bekerjasama dengan pihak Sofyan Hotel memutuskan untuk membuka kembali Saleroku resto pada bulan Februari tahun 2021 dengan inovasi pengadaan *meal box* yang akan didistribusikan kepada pihak luar hotel. Saleroku Resto memenuhi kebutuhan *catering* karyawan, acara kantor ataupun acara lain yang membutuhkan jasa *catering*.

Salah satu masalah yang sering dihadapi yaitu turun naiknya pesanan *catering*. Hal ini sangat menarik dikaji karena Saleroku Resto berlokasi strategis di pusat kota Jakarta dan juga telah melakukan promosi di media sosial. Salah satu upaya untuk meningkatkan jumlah pesanan *catering* yaitu menjaga kualitas *product* dan menjaga hubungan konsumen. Salah satu upaya menjaga hubungan dengan konsumen adalah meningkatkan loyalitas pelanggan, khususnya pada *product* makanan dan jasa pelayanan. Pengukuran loyalitas konsumen dapat diukur melalui survei untuk melihat respon serta persepsi konsumen terhadap *product*. Keuntungan lain dari mempertahankan atau menaikkan angka loyalitas pelanggan ini adalah untuk meningkatkan daya saing restoran itu sendiri dan melemahkan kompetitor usaha serupa.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tugas akhir yang berjudul “Analisis Bauran Pemasaran 7P terhadap Loyalitas Konsumen di Catering Resto Sofyan Hotel Jakarta” diatas dapat dirumuskan beberapa masalah berikut ini :

1. Apa saja permasalahan terkait bauran pemasaran yang ada di Saleroku resto?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang tepat untuk Saleroku resto?

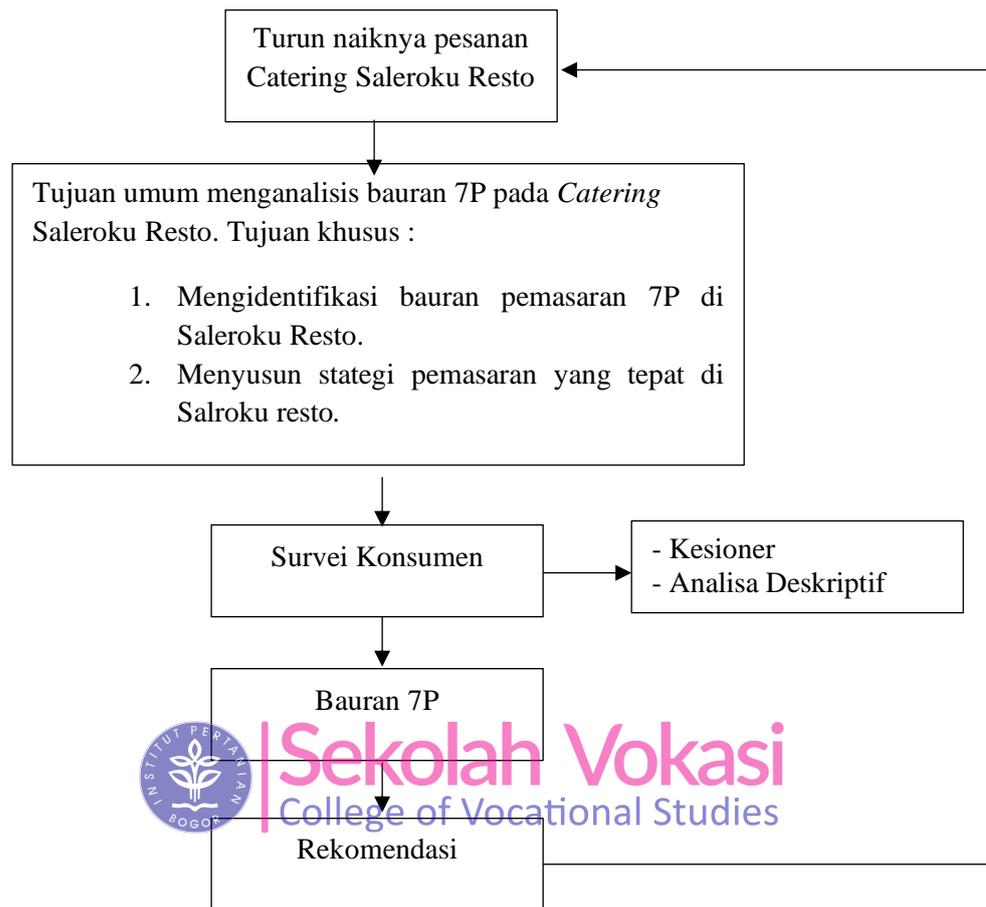
1.3 Tujuan

Tujuan umum dari laporan ini adalah menganalisis bauran 7P pada Catering Saleroku resto yang berada di Sofyan Hotel Jakarta. Adapun tujuan khusus dari laporan ini adalah :

1. Mengidentifikasi bauran pemasaran 7P di Saleroku resto.
2. Menyusun strategi pemasaran yang tepat untuk Saleroku resto.

1.4 Kerangka Pikir

Hasil analisis diharapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan perumusan rekomendasi strategi bauran pemasaran bagi Saleroku resto. Konsep pemikiran dapat dilihat secara skematik dalam alur berpikir pada Gambar 1.



Gambar 1 Kerangka Pikir

Saleroku Resto merupakan salah satu bisnis di bidang *Food and Beverages* yang menyediakan jasa *catering*. Sebuah bisnis tidak bisa lepas dari permasalahan, termasuk Saleroku Resto yang sering sekali bermasalah dengan turun naiknya jumlah pesanan *Catering*, hal ini menarik untuk dianalisis menggunakan bauran pemasaran 7P untuk mengidentifikasi bauran pemasaran dan juga menyusun strategi pemasaran yang tepat. Survei konsumen dilakukan dengan penyebaran kuesioner dengan skala likert 1-7 dengan skala 1 merupakan nilai terendah dan skala 7 merupakan nilai tertinggi. Bauran pemasaran 7P akan dijelaskan dengan Analisa deskriptif agar lebih mudah dipahami. Analisis yang dilakukan diharapkan bisa memberikan rekomendasi kepada pihak Saleroku Resto agar semakin berkembang.