

# **USULAN BAURAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI DAPUR CANTIQ**

## **SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar  
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

**Disusun oleh:**

**Nama : Davine Muliauwani**

**NPM : 2017610183**



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI  
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
2022**

# **USULAN BAURAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI DAPUR CANTIQ**

## **SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar  
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

**Disusun oleh:**

**Nama : Davine Muliauwani**

**NPM : 2017610183**



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI  
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
2022**



**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG**



Nama : Davine Muliauwan  
NPM : 2017610183  
Program Studi : Sarjana Teknik Industri  
Judul Skripsi : USULAN BAURAN PEMASARAN UNTUK  
MENINGKATKAN PENJUALAN DI DAPUR CANTIQ

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Bandung, Januari 2022

**Ketua Program Studi Sarjana  
Teknik Industri**

Dr. Ceccalia Tesavrita, S.T.,M.T.

**Pembimbing**

Romy Loice, S.T., M.T.





Program Studi Sarjana Teknik Industri  
Jurusan Teknik Industri  
Fakultas Teknologi Industri  
Universitas Katolik Parahyangan

## **PERNYATAAN TIDAK MENCONTEK ATAU MELAKUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Davine Muliauwan

NPM : 2017610183

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:

**“USULAN BAURAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI  
DAPUR CANTIQ”**

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Jakarta, 18 Januari 2022

Davine Muliauwan  
NPM : 2017610183

## ABSTRAK

Dapur Cantiq merupakan sebuah tempat makan yang sudah berdiri sejak tahun 2013 dan menjual makanan dan minuman khas Indonesia. Dapur Cantiq terletak di Jakarta Selatan, tepatnya di Tebet Barat Dalam. Pada tiga tahun terakhir, Dapur Cantiq mengalami penurunan penjualan. Penjualan yang menurun diduga disebabkan oleh beberapa faktor. Faktor pertama adalah terjadinya pandemi COVID-19 yang tidak terduga. Faktor kedua adalah segmentasi, *targeting*, dan *positioning* yang dilakukan oleh pemilik tempat makan masih belum jelas sehingga pemasaran yang berjalan masih tidak tepat sasaran. Faktor ketiga adalah bauran pemasaran yang dilakukan oleh pemilik tempat makan tidak sesuai dengan kondisi yang ada. Penelitian dimulai dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada warga Jakarta Selatan yang bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam memilih tempat makan. Dari penyebaran kuesioner, terdapat 101 data responden yang didapatkan. Dari data yang sudah didapatkan, dilakukan *clustering* untuk mendapatkan jumlah *cluster* terbaik dengan metode *K-Means* dan didapatkan jumlah *cluster* terbaik sebanyak tiga *cluster* yang memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Dari ketiga *cluster* yang didapatkan, yang menjadi target pasar dari Dapur Cantiq adalah segmen dua. Segmen dua yang menjadi target pasar Dapur Cantiq memiliki karakteristik yaitu sangat terpengaruhi oleh rasa makanan dan kesegaran makanan. *Positioning* dari Dapur Cantiq adalah tempat makan yang menjual makanan dengan rasa yang memuaskan dengan harga yang murah. Selanjutnya dibuat usulan bauran pemasaran 7P yang terdiri dari *product*, *price*, *place*, *promotion*, *physical evidence*, *people*, dan *process*. Usulan bauran pemasaran dibuat untuk membantu meningkatkan penjualan. Usulan bauran pemasaran yang diberikan terdiri dari 10 usulan yang sudah diterima oleh pemilik.

## ***ABSTRACT***

Dapur Cantiq is a place to eat that has been established since 2013 and sells Indonesian food and drinks. Dapur Cantiq is located in South Jakarta, precisely in Tebet Barat Dalam. In the last three years, Dapur Cantiq has experienced a decline in sales. The decline in sales is thought to have been caused by several factors. The first factor was the unexpected occurrence of the COVID-19 pandemic. The second factor is that the segmentation, targeting, and positioning carried out by restaurant owners are still unclear so that the marketing that is running is still not on target. The third factor is that the marketing mix carried out by the restaurant owner is not in accordance with the existing conditions. The study began by distributing questionnaires to residents of South Jakarta which aims to find out what factors influence consumers in choosing where to eat. From the distribution of the questionnaires, there were 101 respondent data obtained. From the data that has been obtained, clustering is carried out to get the best number of clusters using the K-Means method and the best number of clusters is three clusters that have different characteristics. Of the three clusters obtained, the target market of Dapur Cantiq is segment two. The second segment that is the target market for Dapur Cantiq has characteristics that are strongly influenced by the taste of food and the freshness of the food. The positioning of Dapur Cantiq is a place to eat that sells food with a satisfying taste at a low price. Furthermore, a proposed 7P marketing mix is made which consists of product, price, place, promotion, physical evidence, people, and process. Marketing mix proposals are made to help increase sales. The proposed marketing mix consists of 10 proposals that have been accepted by the owner.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa memberikan berkat serta kemurahan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Usulan Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan di Dapur Cantiq”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat kelulusan dalam meraih gelar sarjana pada Jurusan Teknik Industri, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Penyusunan skripsi ini tentunya tidak akan selesai tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Orang Tua dari penulis yang selalu mendukung penulis dalam proses pengerjaan skripsi.
2. Bapak Romy Loice, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing yang sudah menyediakan waktu untuk memberikan ilmu dan memberikan saran untuk penyusunan skripsi.
3. Ibu Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. selaku ketua prodi Teknik Industri yang telah memberikan arahan mengenai prosedur pelaksanaan skripsi.
4. Seluruh dosen Universitas Katolik Parahyangan Bandung yang telah memberikan ilmu selama menempuh pendidikan.
5. Pemilik Dapur Cantiq yang telah mengizinkan dan membantu penulis untuk melakukan penelitian.
6. Teman-teman kelas A angkatan 2017 atas kebersamaan selama menempuh perkuliahan.
7. Grup “KP Bau Bawang” yang berisi teman dekat penulis yang telah memberikan dukungan selama masa perkuliahan.
8. Grup “Yang Penting Lulus 4 Tahun” yang berisi teman seperjuangan Teknik Industri yang telah memberikan dukungan selama masa perkuliahan.
9. Seluruh pihak lain yang penulis tidak dapat penulis sebutkan satu per satu selama masa perkuliahan yang telah memberikan dukungan selama masa perkuliahan.

Penulis berharap penelitian ini dapat berguna bagi seluruh pihak dan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya. Penulis sadar bahwa penelitian yang dilakukan memiliki keterbatasan ataupun kekurangan yang terdapat dalam penyusunan penelitian ini. Oleh karena itu, penulis terbuka apabila terdapat kritik dan saran yang berguna bagi penelitian ini.

Jakarta, Januari 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>I-1</b>
I.1 Latar Belakang Masalah.....	I-1
I.2 Identifikasi Masalah.....	I-2
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian.....	I-7
I.4 Tujuan Penelitian .....	I-8
I.5 Manfaat Penelitian .....	I-8
I.6 Metodologi Penelitian .....	I-8
I.7 Sistematika Penulisan .....	I-11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>II-1</b>
II.1 Pemasaran.....	II-1
II.2 Strategi Pemasaran .....	II-2
II.2.1 <i>Segmenting</i> .....	II-2
II.2.2 <i>Targeting</i> .....	II-3
II.2.3 <i>Positioning</i> .....	II-4
II.3 Bauran Pemasaran .....	II-5
II.4 Teknik <i>Sampling</i> .....	II-6
II.5 <i>SWOT Analysis</i> .....	II-8
<b>BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA</b> .....	<b>III-1</b>
III.1 Penentuan Variabel Penelitian .....	III-1
III.2 Perancangan Kuesioner Penelitian .....	III-4
III.3 Penentuan Jumlah Sampel dan Metode Pengambilan Sampel ...	III-4
III.4 Pengolahan Data .....	III-5
III.4.1 Data Responden Kuesioner .....	III-5

III.4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Data.....	III-9
III.4.3 <i>Clustering</i> .....	III-10
III.4.4 Interpretasi.....	III-13
III.4.5 <i>Clustering</i> Profil Responden .....	III-14
III.4.6 <i>Segmenting</i> .....	III-15
III.4.7 <i>Targeting</i> .....	III-16
III.4.8 <i>Positioning</i> .....	III-18
III.5 Bauran Pemasaran .....	III-20
III.6 Evaluasi Usulan Bauran Pemasaran .....	III-23
<b>BAB IV ANALISIS .....</b>	<b>IV-1</b>
IV.1 Analisis Variabel dan Atribut Penelitian.....	IV-1
IV.2 Analisis Teknik <i>Sampling</i> dan Kuesioner .....	IV-2
IV.3 Analisis <i>Clustering</i> .....	IV-2
IV.4 Analisis <i>Targeting</i> .....	IV-4
IV.5 Analisis <i>Positioning</i> .....	IV-5
IV.6 Analisis Bauran Pemasaran.....	IV-6
IV.7 Analisis Evaluasi Usulan Bauran Pemasaran.....	IV-7
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>V-1</b>
V.1 Kesimpulan.....	V-1
V.2 Saran.....	V-2
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Rekapitulasi Data Usia Responden.....	I-3
Tabel I.2 Rekapitulasi Data Jenis Kelamin Responden.....	I-4
Tabel I.3 Rekapitulasi Data Asal Mengetahui Dapur Cantiq.....	I-4
Tabel I.4 Rekapitulasi Data Kelompok Pengunjung .....	I-4
Tabel I.5 Rekapitulasi Data mengenai Harga.....	I-5
Tabel I.6 Rekapitulasi Data mengenai Pelayanan di Dapur Cantiq .....	I-5
Tabel III.1 Variabel Penelitian berdasarkan Jurnal .....	III-1
Tabel III.2 Rekapitulasi Variabel dan Atribut Penelitian berdasarkan Jurnal.....	III-2
Tabel III.3 Rekapitulasi Hasil Wawancara .....	III-2
Tabel III.4 Variabel Penelitian yang Sudah Disesuaikan .....	III-3
Tabel III.5 Hasil Uji Validitas .....	III-9
Tabel III.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	III-9
Tabel III.7 Hasil Pengelompokkan dengan 2 <i>Cluster</i> .....	III-10
Tabel III.8 Hasil Pengelompokkan dengan 3 <i>Cluster</i> .....	III-11
Tabel III.9 Hasil Pengelompokkan dengan 4 <i>Cluster</i> .....	III-11
Tabel III.10 Hasil Pengelompokkan dengan 5 <i>Cluster</i> .....	III-12
Tabel III.11 Hasil Rekapitulasi <i>Sum of Square Error</i> (SSE).....	III-13
Tabel III.12 Hasil Interpretasi <i>Cluster</i> Terpilih .....	III-13
Tabel III.13 Hasil <i>Clustering</i> Profil Responden.....	III-14
Tabel III.14 Perbandingan Dapur Cantiq dengan Kompetitornya .....	III-17
Tabel III.15 Penentuan Usulan Bauran Pemasaran yang Dipilih .....	III-23
Tabel III.16 Urutan Prioritas Penerapan Usulan Bauran Pemasaran .....	III-24
Tabel IV.1 ANOVA Hasil <i>Clustering</i> .....	IV-3



## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Penjualan Dapur Cantiq selama 3 Tahun Terakhir .....	I-2
Gambar I.2 Rekapitulasi Rasa Makanan yang Dipesan .....	I-5
Gambar I.3 Metodologi Penelitian .....	I-9
Gambar III.1 Usia Responden.....	III-5
Gambar III.2 Jenis Kelamin Responden.....	III-6
Gambar III.3 Tempat Tinggal Responden .....	III-6
Gambar III.4 Pekerjaan Responden.....	III-7
Gambar III.5 Rata-Rata Pengeluaran per Bulan Responden .....	III-7
Gambar III.6 Media Sosial yang Digunakan .....	III-8
Gambar III.7 <i>Positioning</i> Dapur Cantiq.....	III-19
Gambar III.8 Contoh Promo pada Media Penjualan.....	III-22

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER .....	A-1
----------------------------	-----

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan dibahas mengenai pendahuluan dari penelitian yang dilakukan. Pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

### **I.1 Latar Belakang Masalah**

Industri kuliner merupakan salah satu industri yang sedang mengalami perkembangan pesat di Indonesia. Menurut Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, Sandiaga Salahudin Uno mengatakan bahwa kuliner merupakan subsektor penyumbang terbesar dari Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif. Berdasarkan data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, industri kuliner merupakan subsektor yang menyumbang sekitar Rp 455,44 triliun atau sekitar 41% dari total Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif pada tahun 2020 dimana 30% dari total pendapatan merupakan kontribusi dari subsektor kuliner.

Melihat perkembangan yang pesat, banyak masyarakat Indonesia yang berminat untuk memulai usaha kuliner salah satunya adalah restoran. Hal ini menyebabkan tumbuhnya persaingan pada subsektor kuliner di Indonesia, khususnya restoran. Menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No. 11 Tahun 2014, restoran adalah usaha penyediaan jasa makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, dan penyajian di suatu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah dengan tujuan memperoleh keuntungan dan/atau laba.

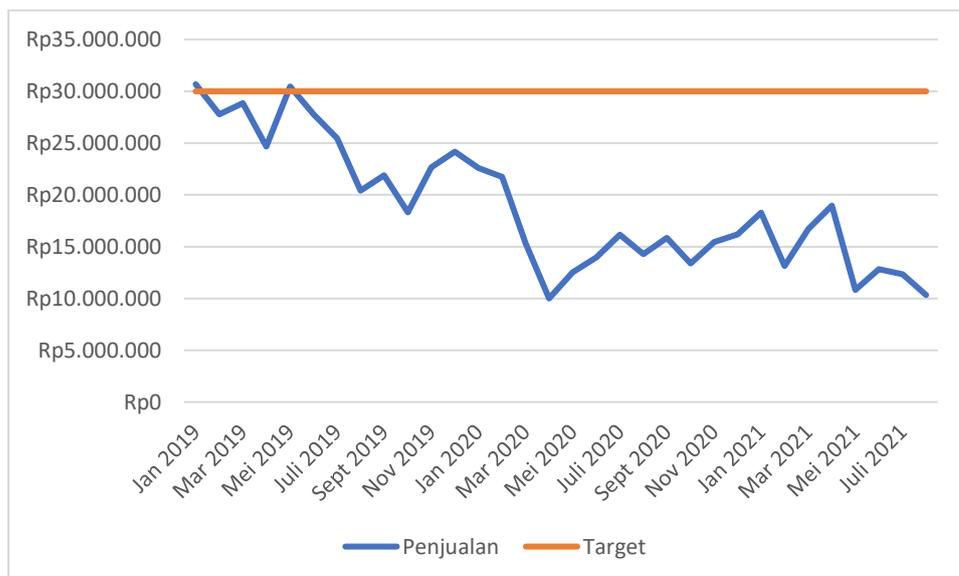
Restoran yang menjadi objek utama dalam penelitian ini adalah Dapur Cantiq. Dapur Cantiq merupakan restoran yang menyajikan makanan dan minuman khas Indonesia. Dapur Cantiq berdiri pada bulan Juni 2013 dan berlokasi pada Jalan Tebet Barat Dalam VII No. 24, Tebet Barat, Jakarta Selatan. Dapur Cantiq beroperasi dari hari Senin sampai Jumat dari pukul 08.00 sampai 19.00. Dapur Cantiq memiliki fasilitas layaknya rumah makan seperti biasanya.

Dapur Cantiq didirikan karena hobi pemilik yaitu memasak, target dari Dapur Cantiq adalah orang-orang yang memang menyukai kuliner. Sistem pelayanan dari Dapur Cantiq adalah pelanggan dapat memilih sendiri lauk makanan yang diinginkan. Beberapa menu makanan yang ditawarkan oleh Dapur Cantiq adalah balado daging empal, terong balado, tempe orek, sambal goreng kentang, dan lain-lain.

Dalam menjalankan suatu bisnis, pemilik Dapur Cantiq pasti mempunyai keinginan agar Dapur Cantiq dapat menghasilkan keuntungan yang terus meningkat, tetapi pada realitanya hal tersebut tidak gampang untuk dicapai. Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan, target penjualan dari Dapur Cantiq selama tahun 2020 dan 2021 tidak tercapai. Selain itu, pemilik Dapur Cantiq juga mempunyai keinginan agar Dapur Cantiq dapat lebih dikenal oleh masyarakat.

## I.2 Identifikasi Masalah

Penurunan pendapatan merupakan masalah utama yang terjadi di Dapur Cantiq. Hal ini menyebabkan tidak tercapainya target penjualan dari Dapur Cantiq. Pada data penjualan Dapur Cantiq, dapat dilihat bahwa penjualan terus mengalami penurunan dan tidak dapat mencapai target. Grafik penjualan Dapur Cantiq selama tiga tahun terakhir dapat dilihat pada Gambar I.1.



Gambar I.1 Penjualan Dapur Cantiq selama 3 Tahun Terakhir

Berdasarkan Gambar I.1, penjualan Dapur Cantiq pada awalnya masih mencapai target yaitu Rp 30.000.000 per bulan. Namun seiring berjalannya waktu, penjualan Dapur Cantiq semakin menurun semenjak pandemi COVID-19 terjadi. Penurunan paling signifikan terjadi di bulan April tahun 2020 dimana COVID-19 sudah mulai memasuki Indonesia. Pada bulan tersebut penjualan Dapur Cantiq hanya menyentuh Rp 10.000.000. Walaupun pada bulan-bulan setelahnya penjualan Dapur Cantiq mengalami peningkatan, tetapi penjualan Dapur Cantiq masih tidak mencapai target yang sudah ditetapkan oleh pemilik Dapur Cantiq.

Untuk mendapatkan informasi lebih detail mengenai faktor yang menyebabkannya tidak tercapainya target penjualan dari Dapur Cantiq, dibuat kuesioner yang akan disebar kepada pelanggan Dapur Cantiq. Kuesioner yang disebar terdiri dari tujuh pertanyaan. Pertanyaan tersebut adalah sebagai berikut.

1. Berapakah usia Anda?
2. Jenis kelamin
3. Dari mana Anda mengetahui Dapur Cantiq?
4. Dengan siapa Anda berkunjung ke Dapur Cantiq?
5. Bagaimana rasa makanan yang Anda pesan?
6. Apakah harga dari makanan tersebut sudah sesuai dengan rasanya?
7. Bagaimana pelayanan dari Dapur Cantiq?

Kuesioner disebar kepada pelanggan yang datang ke Dapur Cantiq. Kuesioner disebar selama 4 hari dan didapatkan 19 responden. Hasil kuesioner kemudian diolah dan dibuat rekapitulasinya. Rekapitulasi data usia responden dapat dilihat pada Tabel I.1.

Tabel I.1 Rekapitulasi Data Usia Responden

Rentang Usia	Persentase
< 20	0%
20 - 30	68,40%
30 - 40	31,60%
> 40	0%

Berdasarkan Tabel I.1, pelanggan Dapur Cantiq kebanyakan besar berada pada rentang 20 – 30 tahun dengan persentase sebesar 68,40%. Untuk rentang usia 30 – 40 tahun, didapatkan persentase sebesar 31,60%. Berdasarkan wawancara dengan pemilik Dapur Cantiq, kebanyakan besar pelanggan yang datang ke Dapur Cantiq merupakan orang pekerja kantoran. Selanjutnya akan

ditampilkan rekapitulasi data jenis kelamin responden. Rekapitulasi data jenis kelamin responden dapat dilihat pada Tabel I.2.

Tabel I.2 Rekapitulasi Data Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Persentase
Laki-laki	68,40%
Perempuan	31,60%

Berdasarkan Tabel 2, pelanggan yang datang ke Dapur Cantiq mayoritas berjenis kelamin laki-laki dengan persentase sebesar 68,40% dan sisanya perempuan dengan persentase sebesar 31,60%. Selanjutnya akan ditampilkan rekapitulasi data mengenai dari mana responden mengetahui Dapur Cantiq. Rekapitulasi data dari mana responden mengetahui Dapur Cantiq dapat dilihat pada Tabel I.3.

Tabel I.3 Rekapitulasi Data Asal Mengetahui Dapur Cantiq

Jawaban Responden	Persentase
Melihat langsung	57,90%
Teman atau keluarga	42,10%

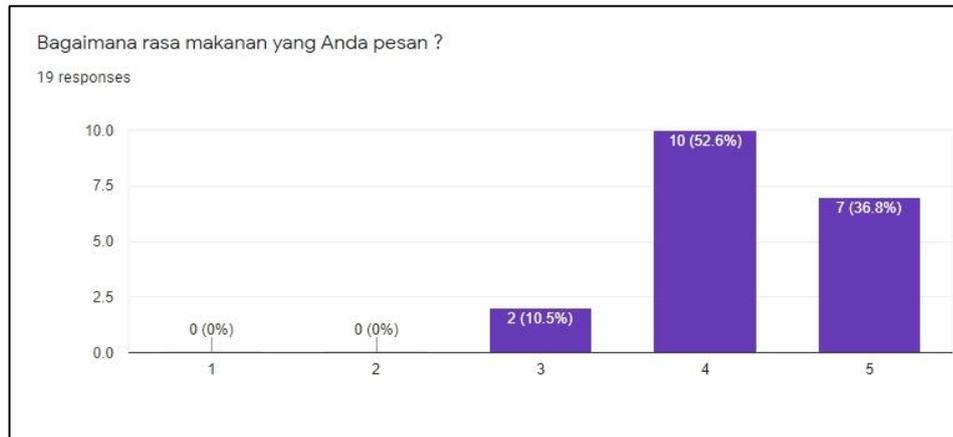
Berdasarkan Tabel I.3, mayoritas dari pelanggan Dapur Cantiq mengetahui Dapur Cantiq dari melihat langsung ke tempat. Persentase pelanggan yang mengetahui Dapur Cantiq dari melihat langsung adalah sebesar 57,90% dan sisanya mengetahui Dapur Cantiq dari teman atau keluarga dengan persentase sebesar 42,10%. Pada pertanyaan ini tidak dicantumkan pilihan *social media* dikarenakan promosi dari Dapur Cantiq sendiri masih bersifat tradisional sehingga *social media* tidak digunakan. Selanjutnya akan ditampilkan rekapitulasi data mengenai dengan siapa responden berkunjung ke Dapur Cantiq. Rekapitulasi data mengenai dengan siapa responden berkunjung ke Dapur Cantiq dapat dilihat pada Tabel I.4.

Tabel I.4 Rekapitulasi Data Kelompok Pengunjung

Jawaban Responden	Persentase
Keluarga	21,10%
Teman	47,40%
Sendiri	31,60%

Berdasarkan Tabel I.4, mayoritas pelanggan Dapur Cantiq berkunjung ke Dapur Cantiq bersama teman dengan persentase sebesar 47,40%. Pelanggan yang berkunjung bersama keluarga adalah sebesar 21,20% dan pelanggan yang

berkunjung sendiri adalah sebesar 31,60%. Selanjutnya akan ditampilkan data mengenai rasa makanan yang dipesan oleh pelanggan Dapur Cantiq. Rekapitulasi data mengenai rasa makanan yang dipesan dapat dilihat pada Gambar I.2.



Gambar I.2 Rekapitulasi Rasa Makanan yang Dipesan

Pada pertanyaan ini, responden diminta untuk menilai rasa makanan yang dipesan dari skala 1 sampai 5. Skala dengan nilai 1 berarti makanan yang dipesan memiliki rasa yang tidak enak dan skala dengan nilai 5 berarti makanan yang dipesan memiliki rasa sangat enak. Berdasarkan Gambar 2, hanya 2 responden yang menilai rasa dari makanan yang dipesan biasa saja dan sisanya menilai dengan nilai 4 dan 5. Selanjutnya akan ditampilkan rekapitulasi data mengenai harga dari menu Dapur Cantiq. Rekapitulasi data mengenai harga dari menu Dapur Cantiq dapat dilihat pada Tabel I.5.

Tabel I.5 Rekapitulasi Data mengenai Harga

Jawaban Responden	Persentase
Sesuai	78,90%
Kurang sesuai	21,10%

Berdasarkan Tabel I.5, mayoritas responden menjawab bahwa harga yang diberikan sudah sesuai dengan rasa makanan yang dipesan dengan persentase sebesar 78,90% dan hanya 21,10% yang menjawab tidak sesuai. Selanjutnya akan ditampilkan data mengenai pelayanan di Dapur Cantiq. Rekapitulasi data mengenai pelayanan di Dapur Cantiq pada Tabel I.6.

Tabel I.6 Rekapitulasi Data mengenai Pelayanan di Dapur Cantiq

Jawaban Responden	Persentase
Memuaskan	84,20%
Kurang Memuaskan	15,80%

Berdasarkan Tabel I.6, mayoritas responden menjawab bahwa pelayanan di Dapur Cantiq sudah memuaskan dengan persentase sebesar 84,20% dan hanya 15,80% yang menjawab tidak memuaskan. Berdasarkan hasil kuesioner yang sudah disebar, dapat dilihat bahwa aspek rasa, harga, dan pelayanan bukan menjadi permasalahan dari Dapur Cantiq, tetapi walaupun ketiga aspek tersebut bukan menjadi permasalahan, penjualan Dapur Cantiq masih belum bisa mencapai target.

Berdasarkan wawancara yang sudah dilakukan ke pemilik Dapur Cantiq, terdapat tiga faktor yang menyebabkan terjadinya penurunan penjualan. Faktor pertama adalah terjadinya pandemi COVID-19 di Indonesia. Pada masa pandemi, pemerintah memberlakukan Pembatasan Kegiatan Masyarakat yang menyebabkan pihak restoran tidak diperbolehkan untuk melayani pelanggan yang ingin makan langsung di tempat (*dine-in*).

Faktor kedua adalah segmentasi, *targeting*, dan *positioning* yang dilakukan oleh pemilik Dapur Cantiq masih belum jelas sehingga pemasaran yang dilakukan tidak akan tepat sasaran. Segmentasi yang dilakukan oleh Dapur Cantiq masih belum jelas yang mengakibatkan *targeting* Dapur Cantiq juga tidak jelas. Berdasarkan hasil wawancara, target pasar Dapur Cantiq selama ini hanyalah orang yang menyukai kuliner tetapi tidak ada karakteristik khusus yang diutamakan. Menurut Kotler dan Armstrong (2018), segmentasi pasar adalah pembagian pasar menjadi beberapa kelompok yang memiliki perbedaan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku. Para pelanggan yang berkunjung ke Dapur Cantiq memiliki karakteristik yang berbeda-beda sehingga dapat dilakukan segmentasi. *Targeting* adalah proses evaluasi dari setiap segmen pasar dan proses memilih satu atau lebih segmen pasar untuk dimasuki (Kotler dan Armstrong, 2018). Dari segmentasi yang sudah dilakukan, pemilik Dapur Cantiq dapat memilih target pasar sehingga pemasaran kepada pelanggan Dapur Cantiq bisa menjadi lebih terfokus. *Positioning* juga harus dilakukan agar pemilik Dapur Cantiq dapat mengetahui kelebihan dan kelemahan yang dimiliki dibandingkan dengan kompetitor yang ada. Selama ini pemilik Dapur Cantiq hanya melakukan aktivitas penjualannya tanpa memikirkan kompetitor yang ada. Dengan mengetahui kelebihan dan kelemahan dari Dapur Cantiq dibanding kompetitornya,

Dapur Cantiq diharapkan dapat mempertahankan kelebihanannya dan menggunakan kelemahan kompetitornya untuk menarik konsumen.

Faktor ketiga adalah bauran pemasaran yang terdiri dari 7P yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *physical evidence*, dan *process*. Bauran pemasaran yang dilakukan oleh pemilik Dapur Cantiq sudah tidak sesuai sehingga dengan melakukan pengembangan bauran pemasaran, penjualan Dapur Cantiq diharapkan dapat meningkat. Dari segi *product*, Dapur Cantiq masih menyajikan makanannya dalam bentuk prasmanan, sedangkan pada masa pandemi ini masyarakat dihimbau oleh pemerintah agar tidak makan di tempat (*dine-in*). Hal ini menyebabkan Dapur Cantiq susah mendapat pelanggan. Dari segi promosi, promosi yang dilakukan hanyalah *word-of-mouth* dan penggunaan *banner* yang digantungkan di depan restoran. Pada era digital sekarang ini, banyak cara promosi yang dapat digunakan agar tetap dapat bersaing dengan para pesaing. Dari segi *physical evidence*, fasilitas yang disediakan adalah fasilitas yang biasanya terdapat di rumah makan pada umumnya. Oleh karena itu, fasilitas dari Dapur Cantiq masih bisa dikembangkan agar dapat menarik konsumen. Dengan adanya *segmenting*, *targeting*, dan *positioning*, pemilik Dapur Cantiq dapat merancang bauran pemasaran yang sesuai dengan target segmen yang sudah ditentukan.

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dibuat, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* dari Dapur Cantiq?
2. Bagaimana usulan bauran pemasaran yang cocok untuk target pasar dari Dapur Cantiq?
3. Bagaimana evaluasi hasil dari usulan bauran pemasaran yang diberikan?

### **I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian**

Penelitian yang dilakukan akan mempunyai pembatasan masalah dan asumsi penelitian. Pembatasan masalah dilakukan agar cakupan masalah tidak terlalu luas dan penelitian menjadi lebih terfokus pada tujuan. Batasan masalah dari penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian dilakukan hanya pada tahap pemberian usulan.

Asumsi penelitian dibuat agar mempermudah jalannya penelitian. Asumsi dari penelitian yang akan dilakukan adalah bauran pemasaran yang sedang diterapkan sekarang di Dapur Cantiq tidak berubah selama penelitian berlangsung.

#### **I.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian perlu dibuat agar penelitian yang akan dilakukan bisa berjalan sesuai dengan rencana. Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* dari Dapur Cantiq.
2. Mengetahui usulan bauran pemasaran yang cocok untuk target pasar dari Dapur Cantiq.
3. Mengetahui evaluasi hasil dari usulan bauran pemasaran yang diberikan.

#### **I.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terlibat. Pihak-pihak yang terlibat adalah pemilik restoran dan pengembangan keilmuan. Berikut merupakan manfaat penelitian bagi pemilik restoran.

1. Mengetahui segmentasi, *targeting*, dan *positioning* dari Dapur Cantiq.
2. Mengetahui usulan bauran pemasaran yang sesuai untuk Dapur Cantiq.
3. Dapat meningkatkan penjualan Dapur Cantiq.

Selain manfaat penelitian bagi pemilik restoran, terdapat juga manfaat bagi pengembangan keilmuan. Manfaat penelitian bagi pengembangan keilmuan adalah memberikan wawasan terkait metode yang dapat digunakan untuk menentukan *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* untuk sebuah restoran.

#### **I.6 Metodologi Penelitian**

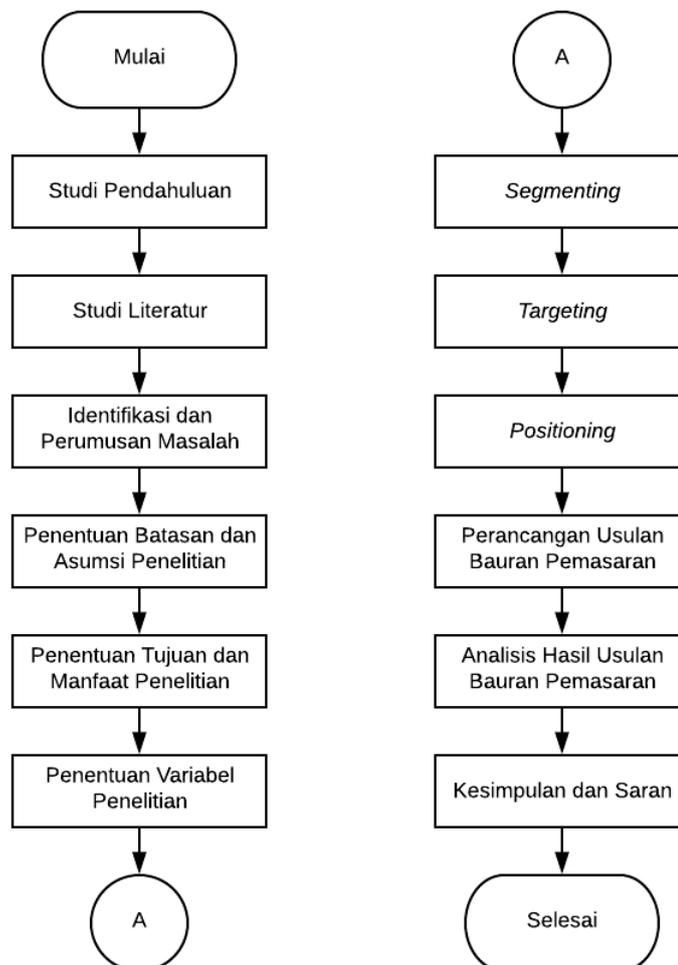
Dalam melakukan penelitian, diperlukan dibuatnya metodologi penelitian. Metodologi penelitian adalah langkah-langkah yang perlu dilakukan selama penelitian dilakukan. *Flowchart* dari metodologi penelitian yang akan dilakukan dapat dilihat pada Gambar 3. Penjelasan dari setiap langkah metodologi penelitian adalah sebagai berikut.

1. Studi Pendahuluan  
Studi pendahuluan dilakukan dengan melakukan observasi dan wawancara terhadap pemilik restoran agar dapat mengetahui kondisi

restoran dan masalah yang dimiliki. Pada langkah ini juga dilakukan pengumpulan data dan informasi awal yang dapat digunakan untuk membantu proses penelitian.

## 2. Studi Literatur

Pada langkah ini dilakukan studi literatur yang bertujuan untuk mencari metode yang dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan yang dimiliki. Studi literatur yang dilakukan mencakup teori-teori mengenai Pemasaran, Strategi Pemasaran, dan Bauran Pemasaran. Pada langkah ini juga dilakukan studi terhadap jurnal atau makalah yang membahas permasalahan yang serupa.



Gambar I.3 Metodologi Penelitian

3. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Pada langkah ini dilakukan wawancara lebih dalam terhadap pemilik restoran untuk mengetahui akar permasalahan yang dialami. Selain melakukan wawancara, dilakukan juga penyebaran kuesioner kepada pelanggan untuk mengetahui lebih lengkap mengenai kondisi restoran pada saat ini.

4. Penentuan Batasan dan Asumsi Penelitian

Pada langkah ini ditentukan batasan penelitian agar cakupan penelitian tidak terlalu luas. Asumsi penelitian juga diperlukan agar proses penelitian dapat berjalan dengan lebih mudah.

5. Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian

Pada langkah ini ditentukan tujuan penelitian yang didasari oleh rumusan masalah yang sudah dibuat. Pada langkah ini juga ditentukan manfaat penelitian yang bisa didapatkan oleh pemangku kepentingan yang terlibat.

6. Penentuan Variabel Penelitian

Untuk membuat suatu kuesioner, perlu diketahui hal apa saja yang ingin ditanyakan kepada responden. Variabel penelitian merupakan hal-hal yang ingin ditanyakan kepada responden. Pada penelitian ini variabel penelitian yang akan digunakan adalah hal-hal yang dipertimbangkan seorang pelanggan dalam memilih sebuah restoran.

7. *Segmenting, Targeting, dan Positioning*

Untuk melakukan proses *segmenting*, dirancang kuesioner berdasarkan variabel penelitian yang sudah ditentukan. Kuesioner yang sudah dirancang akan disebar ke pelanggan Dapur Cantiq. Data pelanggan yang sudah didapatkan akan diolah menjadi beberapa segmen. Setelah terbagi menjadi beberapa segmen, dilakukan *targeting* untuk mengetahui target pasar yang berpotensi memberikan keuntungan bagi pemilik restoran. Pada langkah ini juga dilakukan *positioning* untuk mengetahui perbedaan dan persamaan yang dimiliki oleh restoran Dapur Cantiq dibanding dengan kompetitornya.

8. Perancangan Usulan Bauran Pemasaran

Pada langkah ini akan dilakukan perancangan usulan bauran pemasaran yang sesuai dengan *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* yang sudah dilakukan.

9. Analisis Hasil Usulan Bauran Pemasaran

Pada langkah ini akan dilakukan analisis dari hasil yang sudah didapatkan dari langkah sebelumnya. Analisis yang dilakukan bertujuan untuk memberikan penjelasan yang lebih detail mengenai keputusan yang diambil.

10. Kesimpulan dan Saran

Langkah terakhir dari penelitian ini adalah pembuatan kesimpulan dan pemberian saran. Kesimpulan yang dibuat akan menjawab tujuan penelitian yang sudah dibuat. Saran yang dibuat akan ditujukan kepada pemilik restoran dan penelitian selanjutnya yang memiliki permasalahan yang serupa.

### **I.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan akan dibagi menjadi lima bagian. Lima bagian tersebut adalah pendahuluan, tinjauan pustaka, pengumpulan dan pengolahan data, analisis, dan kesimpulan dan saran.

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bagian ini akan dibahas mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bagian ini akan dibahas mengenai teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Tujuan dari dibuatnya tinjauan pustaka adalah untuk mendukung berjalannya penelitian. Teori yang dibahas dalam penelitian ini adalah mengenai pemasaran, strategi pemasaran, bauran pemasaran, teknik *sampling*, dan *SWOT analysis*.

#### **BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Pada bagian ini akan dibahas mengenai bagaimana mengumpulkan data yang dibutuhkan dan bagaimana mengolah data yang sudah diperoleh. Data yang dibutuhkan diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Data yang sudah diperoleh

akan diolah agar mendapatkan hasil akhir yang dapat membantu pemilih Dapur Cantiq dalam meningkatkan penjualannya.

#### **BAB IV ANALISIS**

Pada bagian ini akan dibahas mengenai analisis dari hasil pengolahan data yang sudah dilakukan. Analisis dilakukan dari tahap penyebaran kuesioner sampai tahap pemberian usulan bauran pemasaran.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bagian ini akan dibahas mengenai kesimpulan yang didapatkan dari melakukan penelitian untuk menjawab tujuan penelitian. Pemberian saran dilakukan agar penelitian selanjutnya dapat lebih baik.