



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT No. 1842/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/V/2023

Analisis Kinerja Strategi Pemasaran Ayam Geprek Bae
Purwokerto

Skripsi

Oleh

Pathreisia Berlian Augustine Suwasno

6082001080

Bandung

2024



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT No. 1842/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/V/2023

Analisis Kinerja Strategi Pemasaran Ayam Geprek Bae
Purwokerto

Skripsi

Oleh

Pathreisia Berlian Augustine Suwasno

6082001080

Pembimbing

Sanerya Hendrawan, Ph.D

Bandung

2024

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Pathreisia Berlian Augustine Suwasno
Nomor Pokok : 6082001080
Judul : Analisis Kinerja Strategi Pemasaran Ayam Geprek Bae Purwokerto

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Senin, 29 Januari 2024
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si. : 

Sekretaris
Sanerya Hendrawan, Ph.D : 

Anggota
Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si. : 

Mengesahkan,
Pj. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Pathreisia Berlian Augustine Suwasno
NPM : 6082001080
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul : Analisis Kinerja Strategi Pemasaran Ayam Geprek Bae
Purwokerto

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Selain itu, pengumpulan dan penggunaan data di penelitian ini telah diketahui dan seijin dari pihak yang menjadi sumber data.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 04 Januari 2024

A handwritten signature in black ink is written over a pink 10,000 Rupiah stamp. The stamp features the Garuda Pancasila logo and the text 'METERAI 10000'.

Pathreisia Berlian Augustine Suwasno

ABSTRAK

Nama : Pathreisia Berlian Augustine Suwasno

NPM : 6082001080

Judul : Analisis Kinerja Strategi Pemasaran Ayam Geprek Bae Purwokerto

Ayam Geprek Bae merupakan salah satu UMKM *FnB* di Purwokerto yang mempunyai spesialis pada menu ayam geprek. Menu ayam geprek sendiri mulai viral pada tahun 2017 hingga kini masih dicari oleh kebanyakan orang. Walaupun masih terhitung UMKM yang berbentuk perusahaan perseorangan, terhitung per tahun 2020 Ayam Geprek Bae sudah membuka hingga 9 outlet yang tersebar di Purwokerto dan wilayah sekitarnya. Outlet-outlet tersebut tidak semuanya kepemilikan tunggal dari merk Ayam Geprek Bae yaitu Bapak Ivan Riantoro, tetapi beberapa outlet merupakan *franchise* yang keuntungannya bagi hasil dengan pusat. Akan tetapi setelah pandemi melanda, banyak outlet Ayam Geprek Bae yang tutup dan menyisakan 2 outlet yang masih beroperasi hingga sekarang. Oleh karena hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisa kinerja strategi pemasaran Ayam Geprek Bae yang hingga kini masih beroperasi dengan dua cabang outlet.

Jenis dan metode penelitian yang digunakan penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan dengan metode deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara dengan pemilik serta beberapa konsumen Ayam Geprek Bae, observasi, dan studi pustaka selama Oktober 2023 hingga Januari 2024. Konsumen akan menilai kinerja strategi pemasaran yang selama ini telah dilakukan dengan matriks-matriks bauran pemasaran 7P.

Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa segmentasi pasar sasaran Ayam Geprek Bae telah bergeser dari mahasiswa/i ke konsumen yang sudah bekerja. Walaupun sudah banyak strategi pemasaran yang telah dilakukan, sebagian besar konsumen mengatakan tidak pernah melihat iklan promosi satupun. Hal ini memiliki arti bahwa dalam pasar konsumen Ayam Geprek Bae lebih efektif oleh metode pemasaran lewat WOM. Kemudian konsumen Ayam Geprek Bae saat ini lebih banyak berisikan oleh pelanggan yang loyal daripada pelanggan-pelanggan baru.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Analisis Kinerja.

ABSTRACT

Name : Pathreisia Berlian Augustine Suwasno

NPM : 6082001080

Judul : Analisis Kinerja Strategi Pemasaran Ayam Geprek Bae Purwokerto

Ayam Geprek Bae is one of the FnB MSMEs in Purwokerto that specializes in the geprek chicken menu. The geprek chicken menu itself began to go viral in 2017 until now it is still sought after by most people. Although it is still an MSME in the form of an individual company, as of 2020 Ayam Geprek Bae has opened up to 9 outlets spread across Purwokerto and its surrounding areas. These outlets are not all sole ownership of the Ayam Geprek Bae brand, namely Mr. Ivan Riantoro, but some outlets are franchises whose profits are shared with the center. However, after the pandemic hit, many Ayam Geprek Bae outlets closed and left 2 outlets still operating until now. Because of this, this research aims to analyze the performance of Ayam Geprek Bae's marketing strategy, which is still operating with two outlets.

The type and method of research used in this research is qualitative research and descriptive method. Data collection was carried out using interviews with the owner and several consumers of Ayam Geprek Bae, observation, and literature study from October 2023 to January 2024. Consumers will assess the performance of the marketing strategy that has been carried out with the 7P marketing mix matrix.

The results of the analysis in this research indicate that the target market segmentation of Ayam Geprek Bae has shifted from students to working consumers. Although many marketing strategies have been carried out, most consumers say they have never seen any promotional advertisements. This means that in the consumer market Ayam Geprek Bae is more effective by marketing methods through WOM. Then the consumers of Ayam Geprek Bae currently contain more loyal customers than new customers.

Keywords: *Marketing Strategy, Marketing Mix, Performance Analysis.*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan pada Tuhan Yang Maha Esa karena rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Kinerja Strategi Pemasaran Ayam Geprek Bae Purwokerto” dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Katolik Parahyangan. Skripsi ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dan manfaat bagi perusahaan dan pembaca, meskipun penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam karya ini dan jauh dari kata yang sempurna.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak kendala yang datang dan skripsi ini tidak akan selesai dengan baik dan tepat waktu tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua Yohanes Suwasno dan Sri Hartini yang telah memberikan dukungan dalam bentuk materiil maupun non materiil untuk dapat berkuliah di Universitas Katolik Parahyangan, serta doa dan semangat sebagai bentuk dukungan terbaik untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Brigita Alfenda Chaterine Suwasno sebagai kakak kandung yang selalu memberikan semangat, doa, dan bantuan kepada penulis.
3. Ibu Dr. Orpha Jane, S.Sos.,M.M selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dari Universitas Katolik Parahyangan.
4. Bapak Adrianus Tirta, SE., M.M. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dari Universitas Katolik Parahyangan.
5. Bapak Sanerya Hendrawan, Ph.D selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan dan ilmu yang sangat berharga dan berguna untuk dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
6. Kepada seluruh dosen di Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan ilmu, wawasan, dan pengalaman berharga kepada penulis.
7. Kepada Om Ivan Riantoro selaku *owner* dari Ayam Geprek Bae selaku objek penelitian skripsi ini telah mengizinkan penulis untuk meneliti objek.
8. Vanessa Regina, Andreana Hartadi, Christy Sheldy, Fransiska Ayu, Margareta Novianti, Maria Rostriningsih, dan Valencia Renata sebagai sahabat penulis yang bersedia menjadi tempat keluh kesah, selalu memberikan dukungan serta inspirasi, dan sudah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.

9. Faldi Horsa sebagai orang yang spesial bagi penulis, senantiasa memberikan dukungan, tenaga, dan waktu bagi penulis selama menyusun skripsi.
10. Jovan Valerian, Jonathan Andrew, dan Klarisa Halim yang menjadi teman seperantauan dari Purwokerto.
11. Seluruh teman-teman Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2020 yang telah menjadi bagian kehidupan selama menjalani perkuliahan di Universitas Katolik Parahyangan.
12. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan secara langsung dan tidak langsung dalam proses penyusunan skripsi ini.

Bandung, 03 Januari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Pembatasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Tujuan Penelitian	5
1.4.2 Manfaat Penelitian	5
1.5 Objek Penelitian.....	6
1.5.1 Awal Mula Berdirinya Ayam Geprek Bae.....	7
1.5.2 Struktur Perusahaan Perseorangan Ayam Geprek Bae	9
1.5.3 Menu Ayam Geprek Bae.....	9
BAB II	13
2.1 Teori dan konsep yang relevan	13
2.1.1 Pemasaran.....	13
2.1.2 STP Marketing	15
2.1.3 Strategi Pemasaran.....	26
2.1.4 Bauran Pemasaran.....	39
2.2 Penelitian Terdahulu.....	50
2.2.1 Kerangka Pemikiran	55
2.3 Metodologi Penelitian.....	56
2.3.1 Jenis Penelitian	56
2.3.2 Metode Penelitian	57
2.3.3 Model Penelitian.....	57
2.3.4 Sumber Data.....	58
2.3.5 Teknik Pengumpulan Data	59
2.3.6 Teknik Analisis Data	60

BAB III	61
3.1 Profil Perusahaan	61
3.2 STP Marketing dari Ayam Geprek Bae	62
3.2.1 Segmentasi.....	62
3.2.2 Targeting	68
3.2.3 Positioning	70
3.3 Strategi Pemasaran yang telah dilakukan.....	71
3.4 Penilaian Konsumen dengan elemen Bauran Pemasaran	76
3.4.1 Product	77
3.4.2 Price.....	80
3.4.3 Place	82
3.4.4 Promotion	85
3.4.5 People	87
3.4.6 Process	88
3.4.7 Physical Evidence	89
BAB IV	91
4.1 Kesimpulan	91
4.2 Rekomendasi	92
4.3 Implikasi.....	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Trend Pencarian Menu Ayam Geprek dari Tahun 2015 hingga 2023.....	3
Gambar 2. Logo Ayam Geprek Bae.....	8
Gambar 3. Bagan Perusahaan Perorangan Ayam Geprek Bae	9
Gambar 4. Menu Ayam Geprek Mozarella	12
Gambar 5. Kerangka Pemikiran	56
Gambar 6. Salah Satu Konten Pemasaran Ayam Geprek Bae.....	74
Gambar 7. Pemberitahuan Outlet Ayam Geprek Bae Tutup	75
Gambar 8. Tempat mengambil nasi dan lauk lainnya	79
Gambar 9. Tampilan Lauk Pauk Ayam Geprek Bae.....	80
Gambar 10. Meja Kursi Makan Ayam Geprek Bae.....	85
Gambar 11. Banner Promosi di depan Resto	87
Gambar 12. Warna Orange sebagai Ciri Khas Ayam Geprek Bae.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Indikator Bauran Pemasaran 4P	48
--	----

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi Indonesia sebagian besar dipacu oleh peningkatan dalam konsumsi rumah tangga, dan salah satu sektor industri yang mengalami perkembangan signifikan adalah industri makanan dan minuman (Sari, 2022). Industri kuliner memang sangat mudah untuk berkembang dan berubah sesuai dengan *trend* dan permintaan dari konsumen yaitu masyarakat itu sendiri. Belum lagi untuk pesaing-pesaing yang membuka usaha dengan produk yang sama. Para pesaing juga bisa muncul dari mana saja, mulai dari usaha rumahan hingga restoran bintang lima. Oleh karena itu agar usaha bisnis yang dijalankan tidak mengalami kerugian dan tetap bertahan diperlukan yang namanya kegiatan *marketing* atau pemasaran. Kegiatan ini bertujuan untuk mengkomunikasikan produk bisnis sendiri agar sampai kepada target konsumen yang tepat dengan efektif.

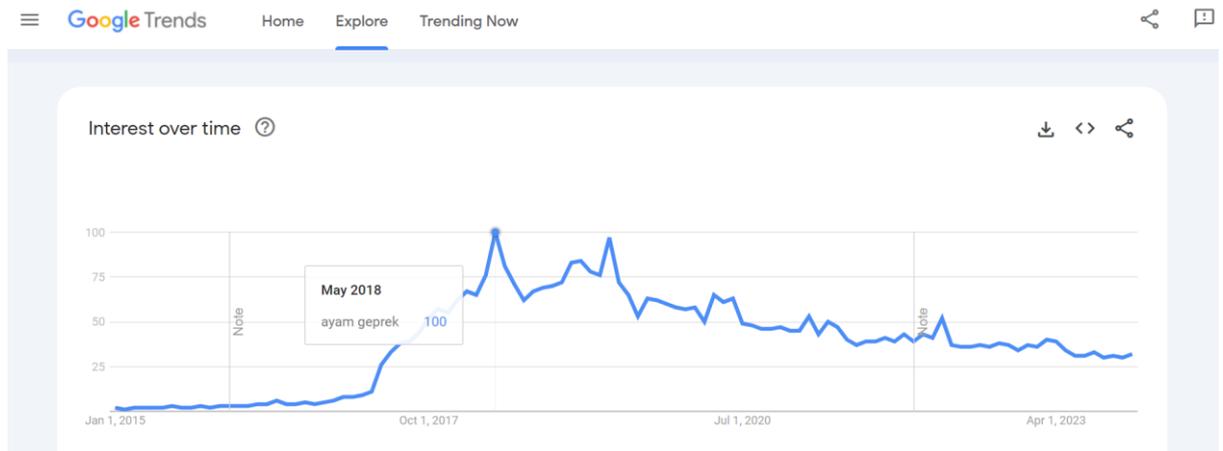
Di Indonesia lebih lazim menjumpai masakan olahan daging ayam dibanding daging lainnya. Hal ini didukung juga dengan bukti data Badan Pusat Statistik bahwa konsumsi daging sapi masyarakat Indonesia lebih rendah daripada konsumsi daging ayam, yakni sebesar 2,31 kilogram per kapita per tahun 2016 lalu. Poin ini dikarenakan biaya produksi daging sapi tinggi karena sistem pemeliharaan peternakan lokal berskala kecil, rantai

tata niaganya juga lebih panjang (Amindoni, 2017). Oleh sebab itu, menu olahan ayam lebih banyak ditemukan di Indonesia. Kemudian karena banyaknya tempat makan yang menjual olahan ayam, menu ayam sendiri menjadi salah satu ‘zona aman’ makanan kebanyakan orang. Misalnya saat mereka bepergian ke luar kota atau hanya keluar rumah untuk *nongkrong* dengan teman-teman maka menu yang paling sering dipesan adalah menu olahan ayam.

Trending dalam industri *Food and Beverages* banyak jenis yang bermunculan dan gampang berubah. Hingga saat ini telah diketahui banyak sekali menu-menu makanan maupun minuman yang menjadi *trend*. Dilansir dari Nibble.id, menu-menu makanan minuman yang pernah viral ada mulai dari ikan shisamo, es kocok alpukat, es krim boba, es krim indomie, cromboloni, churros, mochi bites, kopi dalgona, kombucha, *korean fried chicken*, katsu sando, ayam geprek, cirambay, tahu panas, seblak cobek rafael, dan masih banyak lagi.

Menu ayam geprek sendiri mulai muncul untuk terkenal pada tahun 2017, banyak sumber yang mengatakan bahwa asal-usul menu ayam geprek sendiri berasal dari kota Yogyakarta yakni Warung Makan Bu Rum pada tahun 2003. Mengutip salah satu berita dari CNN Indonesia, kemunculan menu ayam geprek ini bermula dari salah satu pelanggan mahasiswi yang meminta Bu Ruminah untuk menggeprek dan menambahkan sambal pada ayam yang dipesannya. Dari situlah menu ayam geprek tercipta. Sedangkan dilansir dari Google Trends, menu ayam geprek mulai banyak dicari pada

tahun 2017, dan mengalami puncak pencaharian pada Mei 2018. Hingga kini, menu ayam geprek masih dicari oleh masyarakat walaupun tidak seantusias di tahun-tahun sebelumnya.



Sumber: Google Trends

Gambar 1. Trend Pencarian Menu Ayam Geprek dari Tahun 2015 hingga 2023

Ayam Geprek Bae merupakan sebuah UMKM FnB yang mempunyai spesialis dalam menu ayam geprek yang beroperasi di kota Purwokerto. Selama 5 tahun, UMKM ini sudah mempunyai sembilan cabang outlet di daerah Purwokerto, Cilacap, dan sekitarnya. Akan tetapi pada tahun selanjutnya yaitu tahun 2021 terdapat tiga cabang outlet yang tutup akibat dari pandemi COVID-19 yang lalu. Jika dilihat sekilas, Ayam Geprek Bae dapat dibilang sukses dalam mempertahankan eksistensinya selama 8 tahun terakhir ini. Bahkan di tengah para pesaing kuliner yang sudah mempunyai brand yang sangat terkenal hingga pesaing kecil yang dibuka oleh suatu warung makan kecil di satu daerah kecil saja. Hal ini dapat terjadi salah satunya dikarenakan strategi pemasaran yang mereka lakukan. Akan tetapi apakah strategi pemasaran yang mereka lakukan betul sudah

dapat dinilai baik oleh matriks-matriks pemasaran seperti *marketing mix*. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisa kinerja strategi pemasaran yang dilakukan oleh Ayam Geprek Bae.

1.2 Identifikasi Masalah

Ayam Geprek Bae merupakan sebuah brand yang bergerak di bidang FnB. Berdasarkan latar belakang diatas, maka identifikasi masalah yang ditemukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana profil STP (Segmenting, Targeting, dan Positioning) marketing dari Ayam Geprek Bae?
2. Bagaimana implikasinya terhadap strategi pemasaran Ayam Geprek Bae?
3. Bagaimana kinerja pemasaran yang dilakukan oleh Ayam Geprek Bae?

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dipergunakan demi menghindari penyimpangan dari pokok permasalahan dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Berdasarkan pada rumusan masalah, peneliti hanya membatasi pada kinerja strategi pemasaran dan kemudian menganalisanya. Responden dalam penelitian ini adalah resto Ayam Geprek Bae yang ada di kota Purwokerto. Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2023 hingga Januari 2024.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang sudah ditemukan, maka tujuan penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui profil STP marketing dari Ayam Geprek Bae.
2. Untuk mengetahui implikasi STP marketing terhadap strategi pemasaran Ayam Geprek Bae.
3. Untuk mengetahui kinerja pemasaran yang dilakukan oleh Ayam Geprek Bae.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait, antara lain:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi ilmiah mengenai perbandingan kinerja pemasaran terhadap dua gerai brand yang sama.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membawa memperkaya referensi maupun pengetahuan mengenai kinerja pemasaran

yang dapat diterapkan oleh suatu brand FnB UMKM dan apakah sudah dapat dinilai baik.

2) Bagi peneliti

- a) Penelitian ini sebagai implementasi atas teori-teori yang didapatkan selama perkuliahan terutama dalam hal mengenai pemasaran.
- b) Penelitian ini sebagai tugas akhir untuk syarat kelulusan dan memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Politik dan Sosial Universitas Katolik Parahyangan.

1.5 Objek Penelitian

Ayam Geprek Bae merupakan sebuah resto makan yang mempunyai spesialis menu ayam geprek. Restoran ini pertama kali muncul di daerah kampus Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto yaitu Jl. Muria pada tahun 2013. Pada tahun itu, konsumen dapat membeli makanan Ayam Geprek Bae seharga Rp5.000 saja. Seiring berjalannya waktu permintaan akan Ayam Geprek meningkat disebabkan karena *trending* menu ayam geprek yang mulai muncul pada tahun 2017. Kemudian Ayam Geprek Bae diketahui memiliki sembilan buah outlet dihitung per tahun 2020. Walaupun sudah mempunyai sembilan cabang outlet, ternyata Ayam Geprek Bae merupakan perusahaan yang dijalani perseorangan. Namun sayangnya pada bulan Januari dan April 2021, total terdapat tiga cabang outlet yang tutup akibat pandemi virus COVID-19. Ada juga cabang outlet Ayam Geprek Bae

yang merupakan perusahaan perseorangan ini namun dibuat sistem franchise. Akan tetapi untuk sistem pemasarannya masih berpatok pada pusat yaitu dari pemilik tunggal resto ini.

1.5.1 Awal Mula Berdirinya Ayam Geprek Bae

Pemilik dari Ayam Geprek Bae ini bernama Ivan Riantoro. Ia membuka usaha Ayam Geprek Bae ini pada tahun 2013, dimana terinspirasi dari salah satu usaha ayam geprek di Yogyakarta pada tahun 2010. Merasa cocok dengan selernya, Bapak Ivan ingin membawa menu ayam geprek itu ke daerah asalnya. Pada awalnya, beliau dan keluarga saja yang mengurus usaha bisnis Ayam Geprek Bae ini.

Setelah menu ayam geprek menjadi *trending* di Purwokerto, Pak Ivan membuat sistem *franchise* untuk merek usahanya yakni Ayam Geprek Bae. *Franchisee* hanya menyediakan modal dan tempat usaha saja, untuk sistem bahan baku, promosi dan marketing, dan lainnya masih bergantung pada pusat. Hasil penjualan cabang outlet franchise akan dibagi antara *franchisee* dan *franchisor*. Makin banyak yang harus diurus maka terbentuklah divisi-divisi yang mempunyai tugasnya masing-masing. Sayangnya divisi-divisi ini hanya bertahan hingga pandemi virus COVID-19 tahun 2021. Begitu pula dengan outlet-outlet yang menjadi cabang *franchise*. Sehingga kepengurusan kembali dipegang hanya oleh Pak Ivan dan keluarga saja. Logo Ayam Geprek Bae ini adalah logo orisinal yang

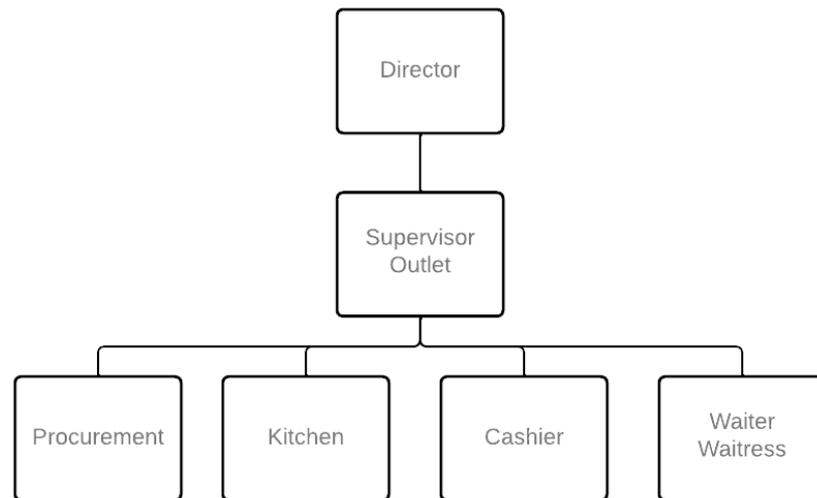
digunakan oleh Ayam Geprek Bae semenjak awal. Logo dan nama Ayam Geprek Bae sudah didaftarkan pada HAKI agar selanjutnya tidak ada masalah mengenai nama maupun logo yang digunakan oleh Ayam Geprek Bae ini.



Sumber: Akun Facebook Ayam Geprek Bae
Gambar 2. Logo Ayam Geprek Bae

Per tahun 2023, outlet Ayam Geprek Bae yang masih beroperasi hanya dua outlet saja. Dua outlet tersebut yaitu yang beralamat di Jalan Pierre Tendean No. 39, Brubahan, Purwanegara, Kecamatan Purwokerto Timur, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah; dan di Lt. 5 Kampung Dahar Rita Supermall Purwokerto.

1.5.2 Struktur Perusahaan Perseorangan Ayam Geprek Bae



Gambar 3. Bagan Perusahaan Perorangan Ayam Geprek Bae

Gambar diatas merupakan bagan perusahaan perorangan Ayam Geprek Bae. Pemilik tunggal atau direktur utama Ayam Geprek Bae yaitu Bapak Ivan membawahi supervisor yang saat ini ada 2 (dua) orang dan masing-masing bertanggung jawab atas outlet yang dipegangnya. Kemudian supervisor outlet membawahi para karyawan yang memiliki tanggung jawabnya masing-masing, misalnya yang bekerja sebagai koki/tukang masak, sebagai kasir, sebagai pelayan, dan lainnya. Di tiap outlet Ayam Geprek Bae terdapat sejumlah 8 (delapan) orang karyawan yang bekerja dengan sistem shift.

1.5.3 Menu Ayam Geprek Bae

Selain menu spesialisnya yaitu ayam geprek dengan enam pilihan jenis, resto ini juga menawarkan menu lainnya seperti

berbagai macam jenis oseng dan sayur, nasi rames, gorengan, dan lainnya. Berikut merupakan rincian makanan, minuman, serta paket makanan yang ditawarkan oleh Ayam Geprek Bae :

- | | |
|---------------------------------------|-------------------------------|
| 1. Hemat Lengkap Ayam Geprek | 38. Oseng Pisah Balado Terong |
| 2. Hemat Lengkap Ayam Kremes | 39. Oseng Pisah Tahu |
| 3. Hemat Lengkap Ayam Bakar | 40. Sayur Oseng Dage |
| 4. Hemat Lengkap Indomie Geprek | 41. Bihun Goreng |
| 5. Hemat Lengkap Ayam Geprek + Lauk | 42. Capcay |
| 6. Nasi Ayam Geprek Original | 43. Sayur Sop |
| 7. Nasi Ayam Geprek Bakar | 44. Sayur Bening |
| 8. Nasi Ayam Geprek Keju | 45. Sayur Lentre |
| 9. Nasi Ayam Geprek Mozzarella | 46. Sayur Kangkung |
| 10. Nasi Ayam Geprek Telor Asin | 47. Sayur Pepaya |
| 11. Nasi Ayam Bakar Manis | 48. Pare |
| 12. Nasi Ayam Bakar Pedas | 49. Ceriwis |
| 13. Nasi Ayam Goreng Kremes | 50. Buncis |
| 14. Nasi Ayam Geprek Saus BBQ | 51. Kacang Panjang |
| 15. Nasi Ayam Geprek Saus Blackpepper | 52. Oyong |
| 16. Nasi Ayam Geprek Saus Teriyaki | 53. Welok |
| 17. Ayam Geprek Original | 54. Telur Goreng |
| 18. Ayam Geprek Bakar | 55. Martabak |
| 19. Ayam Geprek Keju | 56. Mendoan |

20. Ayam Geprek Mozarella
21. Ayam Geprek Telor Asin
22. Ayam Bakar Manis
23. Ayam Bakar Pedas
24. Ayam Goreng Kremes
25. Ayam Geprek Saus BBQ
26. Ayam Geprek Saus Blackpepper
27. Ayam Geprek Saus Teriyaki
28. Kulit Suurgaa Original
29. Kulit Suurgaa Bakar
30. Kulit Suurgaa Keju
31. Kulit Suurgaa Mozarella
32. Kulit Suurgaa Telor Asin
33. Oseng Pisah Tempe
34. Mie Goreng
35. Sayur Asem
36. Oseng Pisah Rica-rica
37. Oseng Pisah Ati Ampela
57. Tahu Isi
58. Tahu Goreng
59. Tempe Goreng
60. Nasi Putih
61. Nasi Merah
62. Nasi Uduk
63. Air Mineral
64. Ovaltine Susu
65. Milo Susu
66. Lemon Tea
67. Jeruk
68. Teh Manis
69. Coklat susu
70. Teh Tarik
71. Thai Tea
72. Kopi Susu
73. Kopi Susu Gula Aren
74. Kopi Milo



Sumber: Akun Facebook Ayam Geprek Bae
Gambar 4. Menu Ayam Geprek Mozarella