

**LAPORAN HASIL ANALISIS
WARUNG GEPREK GINO**



**Marketing Management
Group Final Project Report**

Disusun oleh :

Alicia Tanriawan2440088280
Alfira Maharani2440087113
Danny Aston Jonathans.....2440083506
Indah Oktavia Nugraha..... 2440087782
Muhammad Fhadil Arsan.....2440070131
Yan Danu Prastiyo.....2440085266
Widya Delfiani..... 2440083765

LP21

Dosen Pembimbing :

Dr. Anita Maharani, S.E., M.M.

**BACHELOR OF MANAGEMENT
BINUS BUSINESS SCHOOL
BINA NUSANTARA UNIVERSITY
2020**

DAFTAR ISI

BAB I	3
PENDAHULUAN	3
1.1 Latar Belakang	3
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan.....	4
BAB II.....	5
PEMBAHASAN	5
2.1 Lingkungan Pemasaran Geprek Gino	5
2.2 Strategi STP Geprek Gino	6
2.3 Program Marketing Mix yang Diterapkan oleh Geprek Gino.....	6
2.4 Program Marketing Mix dengan Kebutuhan Pasar.....	8
2.5 Tindakan apa yang diusulkan untuk meningkatkan efektivitas program marketing mix..	9
BAB III	10
PENUTUP.....	10
KESIMPULAN	10

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada perkembangan zaman sekarang banyak sekali bisnis-bisnis yang semakin berkembang setiap harinya, terutama bisnis dalam bidang yang menghasilkan produk kebutuhan sehari-hari. Sangat banyak bisnis dalam bidang makanan pada jaman sekarang, karena makanan merupakan kebutuhan manusia setiap harinya. Tetapi restoran juga harus melakukan beberapa perubahan untuk mengikuti perkembangan pada jaman sekarang agar tidak kalah saing oleh restoran lainnya. Seperti menyusun strategi untuk menarik pelanggan baru maupun mempertahankan pelanggan lama agar menjadi pelanggan yang setia.

Restoran memiliki berbagai cara untuk membuat konsumennya merasa puas, yaitu dengan pelayanannya kepada konsumen, cita rasa dari hidangannya, maupun dekorasi restoran tersebut. Terkadang konsumen memiliki tingkatan tersendiri dalam memilih restoran, ada yang memilih dilayani dengan mewah dan cepat tersaji maka orang tersebut akan pergi ke sebuah restoran yang mewah dan tentunya akan mengeluarkan uang yang cukup banyak. Tetapi ada juga orang yang memiliki pemikiran sebaliknya, untuk apa mengeluarkan uang banyak kalau bisa mendapatkan makanan yang lezat hanya dengan mengeluarkan uang yang sedikit, lalu orang tersebut pergi ke rumah makan langganannya dengan menu-menu yang lezat.

Banyak strategi yang dapat digunakan oleh restoran-restoran untuk meningkatkan penjualannya dengan membuat konsumen membeli produknya. Salah satu strategi yang digunakan oleh beberapa restoran, yaitu *marketing mix strategy*. *Marketing mix* terdiri dari 7 variabel, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotions* (promosi), *people* (orang), *process* (proses), dan *physical evidence* (tampilan fisik). Menurut Dhaimesta & Irwan (2000:74) “marketing mix adalah variabel-variabel yang dipakai oleh perusahaan sebagai sarana untuk memenuhi atau melayani kebutuhan dan keinginan konsumen.” Dari penjelasan Dhaimesta & Irwan, berarti *marketing mix* merupakan kumpulan dari beberapa faktor atau variabel yang di satukan serta dikembangkan sehingga menjadi alat strategi sebuah perusahaan untuk memberikan konsumen kepuasan dan kepercayaan terhadap perusahaan tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari tujuan penulisan ini yaitu :

1. Bagaimana lingkungan pemasaran Geprek Gino ?
2. Bagaimana strategi STP Geprek Gino ?
3. Bagaimana program marketing mix yang diterapkan oleh Geprek Gino ?
4. Apakah program marketing mix sudah sesuai dengan kebutuhan pasar ?
5. Bagaimana tindakan yang diusulkan untuk meningkatkan efektivitas program marketing mix ?

1.3 Tujuan

1. Mengetahui lingkungan pemasaran Geprek Gino.
2. Mengetahui strategi STP yang digunakan oleh Geprek Gino.
3. Mengetahui program marketing mix yang diterapkan oleh Geprek Gino.
4. Mengetahui program marketing mix sudah sesuai dengan kebutuhan pasar.
5. Mengetahui tindakan apa yang diusulkan untuk meningkatkan efektivitas program marketing mix.

BAB II PEMBAHASAN

2.1 Lingkungan Pemasaran Geprek Gino

Ayam Geprek Gino merupakan salah satu tempat makan yang bisa dikonsumsi semua umur. Usaha ini terletak di Jl. Hj Musi no.8 Bintara Jaya, Bekasi Barat, Jawa Barat.



Gambar 1.0 Instagram Geprek Gino



Gambar 2.0 Warung Geprek Gino

Lingkungan pemasaran Geprek Gino dengan menggunakan metode SWOT

1. *Strengths* (Kekuatan)

Kekuatan yang ada pada Warung Geprek Gino ialah menu ayam geprek yang diolah dengan bumbu pilihan sehingga menciptakan cita rasa khas yang gurih, daging yang lembut, dan rasa yang meresap, terkhusus bagi para pecinta pedas semakin nikmat dengan tambahan sambel geprek cabe merah atau ijo yang rasanya menggugah selera membuat orang menjadi candu untuk selalu membeli ayam geprek tersebut.

2. *Weakness* (Kelemahan)

Kekurangan dari Warung Geprek Gino ialah kurangnya promosi yang dilakukan untuk memasarkan produknya, mereka hanya mengandalkan social media Instagram dan promosi *word of mouth*, Selain itu untuk teknik memasak dari warung ini masih menggunakan metode manual slow cooking, jadi ada menu pilihan yang harus di masak terlebih dahulu ketika ada customers yang ingin memesan.

3. *Opportunities* (Peluang)

Peluang dari usaha ini ialah harga nya yang relative terjangkau bagi kalangan pelajar dan para pekerja karena warung ini menjual dengan harga yang sangat murah dibandingkan dengan penjual ayam geprek lainnya.

4. *Threat* (Ancaman)

Ancaman dari usaha ini ialah banyak pesaing yang membuka bisnis yang sama yaitu ayam geprek dibanyak tempat dengan menu yang sangat bervariasi, Kemudian karena sambal yang disajikan sangat pedas, tidak diperuntukkan bagi seseorang yang tidak menyukai makanan pedas.

2.2 Strategi STP Geprek Gino

1. Segmentasi Pasar

a. Geografis

Secara geografis Geprek Gino menjual produknya hanya disekitaran Bintara dan Bekasi, karena warung ini terletak di daerah tersebut.

b. Psikografi

Secara psikografi Geprek Gino memiliki beberapa menu dan varian, diantaranya yaitu ada menu ayam geprek, ayam penyet, dan ayam geprek mozarella, selain itu terdapat varian tingkat kepedasannya mulai dari level 1 hingga level 5.

c. Demografis

Secara demografis Geprek Gino menawarkan produknya kepada masyarakat dengan usia remaja 12-25 dan orang tua 25-30 ke atas.

2. Target Pemasaran

Target pemasaran dari Warung Geprek Gino adalah anak muda, biasanya pelajar dan mahasiswa, tetapi bisa juga untuk orang dewasa. makanan ini cocok untuk berbagai kalangan usia yang menyukai makanan pedas, tetapi tidak diperuntukkan untuk anak kecil dan seseorang yang tidak menyukai pedas.

3. Posisi

Geprek Gino memposisikan bisnis ini ke masyarakat bisa untuk semua kalangan, mulai dari kalangan bawah, menengah, dan atas. semua bisa membeli makanan tersebut. tetapi lebih diperuntukkan untuk kalangan bawah dan menengah, karena dari segi harga, makanan ini terjangkau paling murah dengan range harga dimulai dari 5-20 ribu dengan harga dan rasa yang tentunya enak.

2.3 Program Marketing Mix yang Diterapkan oleh Geprek Gino

Marketing mix merupakan suatu strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan dan pebisnis untuk membantu mereka menentukan kesuksesan usaha dalam mengejar keuntungan atau profit yang maksimal. Strategi ini menggunakan alat pemasaran yang di kenal dengan konsep 7P, yaitu *Products*, *Price*, *Place*, *Promotions*, *People*, *Process*, dan *Physical Evidence*. Perusahaan yang kami pilih yaitu Geprek Gino juga menerapkan konsep tersebut, untuk lebih jelasnya terdapat pada pembahasan di bawah sebagai berikut:

1. *Products* (Produk)

Karena dominan dari orang indonesia menyukai makanan yang pedas, Geprek Gino menyediakan berbagai varian menu sambal yang berdominan pedas yang mempunyai level pedas dari level 1 sampai 5, sehingga tidak hanya orang dewasa saja yang dapat memesan dan membeli makanan dari Geprek Gino tetapi kalangan dari anak-anak juga dapat membelinya, selain itu tidak hanya menjual satu paket menu nasi dan ayam saja, Geprek Gino juga menjual mie ayam geprek, hal tersebut

dilakukan agar Geprek Gino dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ia jual.

2. *Price* (Harga)

Geprek Gino menjual makannya dengan harga pas di kantong yang di mulai dari range harga 10-20rb, harga ini sangat terjangkau untuk semua kalangan, di mulai dari anak - anak, orang dewasa, hingga orang tua. Selain itu dengan harga yang sangat affordable ini, ia juga menjual makannya dengan rasa dan sambal yang ciri khas, Geprek Gino sangat recommended bagi masyarakat.



Gambar 3.0 Daftar Harga Menu Geprek Gino

3. *Place* (Tempat)

Geprek gino terletak di daerah bintanga tepatnya berada dipinggir jalan yang cukup ramai, daerah ini termasuk tempat yang cukup strategis bagi pencinta kuliner, karena disepanjang jalan ini terdapat banyak pedagang kaki lima dan warung makan. Biasanya saat sore banyak pengendara yang pulang kerja dan menyempatkan waktunya untuk makan sejenak di Warung Geprek Gino. selain itu, untuk memudahkan konsumen dalam membeli, Geprek Gino bekerja sama dengan Go-Food dan GrabFood agar customers dapat membeli makanan secara online.

4. *Promotions* (Promosi)

Berikut ini promosi yang dilakukan oleh Geprek Gino :

1. Geprek Gino lebih mengutamakan promosi melalui sosial media yaitu instagram, dengan meminta konsumen untuk mengupload foto dan memberikan review terkait produk mereka.
2. Geprek Gino memasang banner di depan warungnya sehingga menarik perhatian calon pembeli.
3. Selain itu, ada juga beberapa promosi dalam bentuk diskon harga untuk menu paket, diantaranya:
 - a. Promo Geprek: Nasi + Ayam Geprek + Minuman dengan harga Rp13.000
 - b. Promo Penyet: Nasi + Ayam Penyet + Minuman dengan harga Rp16.000

Kegiatan promosi tersebut dilakukan untuk memperkenalkan produk Geprek Gino sehingga konsumen menjadi tahu ataupun untuk konsumen yang sudah tahu menjadi lebih tertarik untuk membeli produk tersebut.

5. *People* (Orang)

Geprek Gino memiliki karyawan yang bersemangat dalam bekerja dan tidak patah semangat. Karyawan di Geprek Gino dalam melayani konsumen sangat baik dan memuaskan konsumennya. Hal ini tentu membantu kesuksesan sebuah rumah

makan atau restoran. Selain itu, penampilan karyawan, suara dalam berbicara, ekspresi wajah dan tutur kata juga sangat mempengaruhi. Geprek Gino menjual makanan yang memiliki cita rasa yang enak, pelayanan dari karyawan Geprek Gino juga sangat memuaskan dan dapat menarik kembali pelanggan yang sudah makan disitu.

6. *Process* (Proses)

Pada proses produksi, Warung Geprek Gino selama ini mendapatkan bahan baku dan bahan utama dari 2 pemasok yang berbeda. Pemasok pertama adalah tukang sayur keliling dan pemasok yang kedua yaitu toko daging. Pembelian bahan baku Warung Geprek Gino dilakukan setiap hari. Pengolahan bahan baku tersebut untuk membuat sambal merah, sambal hijau, bumbu tahu tempe, dan bumbu ayam goreng. Sedangkan untuk nasi putih dan keju mozarella dilakukan setiap hari. Ketika proses pemesanan pada Warung Geprek Gino, konsumen memasuki restoran tersebut petugas dituntut harus melayani secara ramah kepada konsumennya. Seperti restoran pada umumnya, Warung Geprek Gino dapat menikmati hidangannya di restoran tersebut (dine in) atau membawanya ke rumah (take away). Prosedur pemesanan yang dilakukan yaitu :

1. Memberi salam kepada konsumen
2. Menanyakan kepada konsumen menu apa saja yang ingin dipesan
3. Mengulang kembali pesanan yang telah dipesan konsumen
4. Memberi tahu konsumen untuk menunggu hidangan tersebut hingga siap disajikan
5. Memberikan ucapan “selamat makan” kepada konsumen tersebut

Kemudian ketika proses penyajiannya, makanan disajikan dengan piring lidi anyaman dengan alas makan berbahan kertas minyak. Apabila konsumen memesan untuk dibawa ke rumah (take away), makanan akan disajikan dengan styrofoam. Lalu ketika sudah selesai, pelayan akan memberikan bill harga, dan konsumen dapat membayar dengan menitipkan kepada pelayan atau konsumen langsung menuju ke kasir restoran tersebut.

7. *Physical Evidence* (Tampilan Fisik)

Untuk membuktikan kepada pelanggannya, Geprek Gino mempersiapkan tempat usahanya sendiri dengan menyediakan tempat makan yang didesain untuk kenyamanan pelanggan, kipas angin disudut ruangan toko yang membuat tempat tidak pengap, toilet dan tempat cuci tangan untuk para pelanggan yang makan di tempat, tempat duduk untuk pelanggan yang melakukan takeaway, serta pencahayaan yang cukup pada toko. tempat usaha warung Geprek Gino ini lebih mengutamakan kenyamanan para pelanggan yang makan di tempat maupun yang takeaway.

2.4 Program Marketing Mix dengan Kebutuhan Pasar

Berdasarkan hasil analisis kami, marketing mix yang digunakan oleh Warung Geprek Gino yaitu marketing mix 7P. Program marketing mix dari Geprek Gino sudah cukup sesuai dengan kebutuhan pasar. Dari segi product, Geprek Gino menyediakan menu sesuai dengan selera masyarakat Indonesia. Rata rata masyarakat Indonesia menyukai makanan pedas, maka dari itu Geprek Gino menyediakan berbagai varian level kepedasan sambal. Bahan baku untuk membuat sambalnya pun menggunakan bahan bahan yang masih fresh

dan berkualitas. Harga yang ditawarkan Geprek gino pun masih sangat terjangkau dan bisa bersaing di pasarnya, mulai dari Rp.13.000 – Rp.16.000.

Untuk promosi, Geprek gino melakukan 3 cara yaitu

1. Melakukan promosi lewat media sosial, menurut kami promosi menggunakan media sosial di jaman ini sangatlah berpengaruh. Karena banyak sekali masyarakat yang menggunakan media sosial untuk mencari hal hal baru seperti kuliner.
2. Memasang banner ditempat usaha kami, tujuannya adalah supaya masyarakat tau tempat usaha Geprek Gino terletak dimana dan agar masyarakat lebih mengenal warung Geprek Gino.
3. Memberikan promo promo menarik, promo menarik tersebut berupa dengan diskon untuk menu menu tertentu seperti paket ayam+nasi+minum dengan harga Rp.13.000.

Untuk tempat makan kami dimasa pandemic ini, kami menerapkan peraturan protokol kesehatan. Tujuannya adalah untuk mencegah menyebarnya wabah virus corona. Kami menyediakan tempat cuci tangan yang dilengkapi dengan sabun dan tisu. Pelayanan di wabah pandemic ini juga dibatasi, untuk dine ini dikasih jarak antar meja dan dibatasi 2 orang /meja. Jam tutup toko juga lebih cepat yaitu jam 8, karena adanya peraturan pemerintah untuk menutup berbagai tempat yang bisa membuat orang berkerumun.

2.5 Tindakan apa yang diusulkan untuk meningkatkan efektivitas program marketing mix.

Berdasarkan hasil analisis, diperlukan beberapa usulan tindakan untuk meningkatkan promosi dan efektivitas program marketing mix diantara lain sebagai berikut :

1. Mengikuti event festival dan bazar
Untuk lebih meningkatkan promosi, Geprek Gino perlu mengikuti event festival dan bazar makanan agar usaha ini lebih banyak dikenal oleh masyarakat luas.
2. Menggunakan ig ads
Saat ini banyak olshop dan penjual makanan menggunakan ig ads sebagai tempat promosi mereka, dikarenakan ig ads ini memberikan banyak profit dan mempromosikan dalam jangkauan audiens yang lebih luas dan bisa mengatur target pemasaran yang akan ditentukan. Usulan ini cocok untuk usaha geprek gino yang ingin lebih mempromosikan produknya lewat social media.
3. Melakukan endorsement
Melakukan endorsement ke beberapa influencer di media social sangat berpengaruh untuk meningkatkan usaha Geprek Gino agar lebih dikenal oleh banyak orang.
4. Membuat variasi menu lain
Saat ini banyak para pedagang ayam geprek memvariasikan dengan banyak menu. agar tidak kalah saing geprek gino juga perlu meningkatkan variasi menu lainnya.

BAB III PENUTUP

KESIMPULAN

Kesimpulannya adalah Geprek Gino menyiapkan strategi sebaik mungkin agar warung makannya dapat diminati oleh banyak orang, contohnya seperti Geprek gino menerapkan marketing mix dari 7 variabel, Menggunakan lingkungan pemasaran dengan metode SWOT, dan juga Geprek Gino menggunakan strategi STP yang terdiri dari Segmentasi pemasaran, Target Pemasaran serta Posisi. Sehingga dengan melakukan hal tersebut target yang dimiliki oleh Geprek Gino akan dapat tercapai secara maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Prayogo, G. (2012). Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Di Jambon Resto Yogyakarta. *Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Di Jambon Resto Yogyakarta*, 12.
- Tommy. (2019, December 17). *kotakpintar.com*. Retrieved from <https://kotakpintar.com/pengertian-marketing-mix/>
- Wicaksono, A. (2020, January 29). *scribd.com*. Retrieved from <https://www.scribd.com/document/417516241/391967656-Analisis-SWOT-ayam-geprek-docx>