

## BAB IV

### PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DEPOT RAWON SETAN DALAM MEMPERTAHANKAN KONSUMEN

#### A. Implementasi Strategi Pemasaran Depot Rawon Setan

##### 1. Analisis Strategi Pemasaran yang Membedakan Pasar (*Differentiated Marketing*)

Lingkungan Internal adalah lingkungan organisasi yang berada didalam organisasi tersebut dan secara normal memiliki implikasi yang langsung dan khusus pada rumah makan. Analisis lingkungan internal merupakan identifikasi faktor-faktor kekuatan dan kelemahan dari dalam Depot Rawon Setan.

##### A. Kekuatan :

- 1) Memiliki *brand image* yang kuat dan sudah terkenal hampir ke seluruh wilayah Indonesia.
- 2) Menu yang disajikan di Depot Rawon Setan memiliki cita rasa khas Surabaya karena pengolahan daging tersebut dilakukan oleh sang pemilik dengan menggunakan bumbu-bumbu pilihan yang telah diuji coba.
- 3) Pengawasan mutu dilakukan di Depot Rawon Setan secara ketat dengan melalui proses pemilihan bahan baku yang berkualitas dan bumbu yang dikirim langsung dari pusat. Hal ini dilakukan agar

menu yang dihasilkan memiliki rasa yang lezat serta mampu mengikat para pelanggan mereka.

- 4) Sumber daya manusia yang dimiliki oleh Depot Rawon Setan berkualitas. Karyawan depot ini adalah karyawan terpilih karena kemampuan mereka dalam melakukan pekerjaan.
- 5) Produk yang dimiliki Depot Rawon Setan dalam hal ini produknya menu makanan, telah memiliki belasan menu. Sebagian besar modifikasi dari masakan-masakan yang telah ada sebelumnya. Sehingga menu yang dihidangkan bukan rawon meskipun rawon tetap menjadi andalan.

B. Kelemahan :

- 1) Harga jual produk mahal dibandingkan dengan usaha sejenis.
- 2) Pihak manajemen Depot Rawon Setan hingga saat ini tidak melakukan promosi dan iklan secara aktif.
- 3) Sistem manajemen yang masih berbentuk kekeluargaan. Pimpinan dipegang oleh pemilik mutlak.
- 4) Tidak dapat dijangkau oleh masyarakat kalangan bawah.
- 5) Kurang berani melakukan inovasi produk sehingga pembeli bisa merasa bosan.
- 6) Area parkir yang sempit membuat pembeli merasa enggan.

Analisis lingkungan eksternal bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kecenderungan dan kejadian yang berada di luar kendali suatu rumah makan. Analisis lingkungan eksternal berfokus pada penentuan

faktor-faktor kunci yang menjadi ancaman dan peluang bagi Depot Rawon Setan, sehingga memudahkan manajemen untuk menentukan langkah guna meraih kesempatan dan menghindari ancaman.

A. Peluang :

- 1) Letak Depot Rawon Setan yang sangat strategis yakni di jalan Embong Malang 98 Surabaya ( pusat kota ). Hal ini sangat menguntungkan Depot dalam penjualan.
- 2) Adanya perubahan gaya hidup masyarakat kota Surabaya sehubungan dengan tingkat perekonomian yakni gaya hidup konsumtif.
- 3) Dikenalnya produk Rawon yang merupakan kuliner khas Surabaya.
- 4) Tumbuhnya daya beli masyarakat dikarenakan pola pikir masyarakat yang semakin praktis dan meningkatnya perekonomian masyarakat.

B. Ancaman :

- 1) Banyak para pesaing usaha depot di kawasan jalan Embong Malang, hal ini menyebabkan kuatnya arus persaingan antar depot.
- 2) Munculnya warung nasi kaki lima di sekitar lokasi Depot Rawon Setan.
- 3) Kenaikan harga BBM menyebabkan bahan baku naik.
- 4) Keluarnya pegawai yang bisa menyebabkan ancaman dikarenakan dapat membuka usaha sejenis.

## B. Strategi Bauran Pemasaran

Strategi bauran pemasaran Depot Rawon Setan disusun berdasarkan hasil analisis lingkungan pemasaran yang dihadapi oleh rumah makan menggunakan pendekatan analisis lingkungan internal dan eksternal. Hasil analisis strategi bauran pemasaran yang direkomendasikan adalah yang meliputi bauran produk, harga, saluran distribusi dan promosi, sebagai berikut :

### A. Bauran Produk

Produk Depot Rawon Setan terdiri dari produk utama yakni rawon dan ada lagi yang beranekaragam berupa jenis makanan dan minuman, variasi menu, penyajian produk dengan memberikan pelayanan dan penyajian menu yang dapat menarik perhatian pembeli serta mengutamakan kualitas menu tersebut. Kualitas makanan dan minuman dapat dilihat dari bahan-bahan yang segar, yaitu yang masih baru, bersih, tidak layu, serta mengandung vitamin yang diperlukan oleh tubuh.

Depot Rawon Setan mampu memperkenalkan menu-menu andalan mereka. Menu yang ditawarkan harus dikembangkan sehingga banyak variasi menu yang dapat memberikan pilihan bagi para pengunjung. Karena cita rasa khas yang dimiliki membuat Depot Rawon Setan dikenal sampai ke pasar internasional, yang dapat memperluas pemasarannya.

## B. Bauran Harga

Harga Depot Rawon Setan, disesuaikan dengan jenis menu yang diinginkan oleh para pengunjung. Harga menu yang ditawarkan bervariasi mulai dari harga yang terendah sampai harga yang tertinggi. Terdapatnya pilihan harga, maka konsumen dapat memilih menu dengan harga yang sesuai dengan keinginannya.

## C. Bauran Promosi

Promosi yang dilakukan Depot Rawon Setan adalah berupa penjualan perseorangan, yaitu model promosi dengan melakukan cara yang mengutamakan keramah-tamahan karyawan, pelayanan yang memuaskan serta pengenalan menu-menu yang menarik bagi pengunjung. Selain promosi langsung, pihak manajemen juga menerapkan kebijakan promosi tidak langsung/terselubung seperti membuat kemasan-kemasan menarik yang bertuliskan nama serta logo dari rumah makan tersebut berikut dengan alamatnya dengan harapan dapat dibaca dan dilihat sehingga muncul keinginan untuk memesan kembali, selain itu diharapkan juga dapat menciptakan konsumen baru yang memilih Rumah Depot Rawon Setan sebagai alternatif tempat yang akan dikunjungi.

#### D. Bauran Distribusi

Bauran distribusi depot Rawon Setan dari sejak awal berdiri sampai saat ini tidak membuka cabang. Hal ini disebabkan karena pihak depot Rawon Setan memegang teguh amanah yang diberikan oleh orang tua sebagai generasi pertama yang menciptakan depot Rawon Setan. Dan pihak depot ingin mempertahankan kualitas cita rasa dan kualitas produk agar tetap terjamin sehingga para pelanggan mereka tidak akan berpaling.