

BAB III

ANALISIS DESKRIPTIF

3.1 Data Umum

3.1.1 Sejarah berdirinya Restoran Taman Pringsewu

Pringsewu didirikan untuk pertama kalinya sejak tahun 1987 dari kota kecil di kaki gunung Slamet bagian selatan, tepatnya di kota Purwokerto. Restoran Pringgading sebagai cabang pertama yang dibangun oleh Agus Hardyanto, pendiri, pemilik sekaligus komisaris PT Pringsewu Cemerlang (Pringsewu Group). Di atas tanah kosong seluas 1600 m² Agus merintis bisnis restoran ini. Sebelum Agus mendirikan restoran ini, Agus seorang pembisnis mebel yang usahanya tidak mengalami pertumbuhan. Akhirnya Agus membuka Rumah makan kecil yang bernama Pringgading.

Kemudian di tahun 1993, Agus mendirikan cabangnya di jogja yang diberi nama Taman Pringsewu Jogja. Pringsewu atau dapat disebut dengan bambu seribu yang memiliki arti yang unik yaitu bambu seribu yang tumbuh bersama, jika terkena badai tidak akan tumbang karena satu kesatuan yang kokoh. Jadi pringsewu itu kan memiliki banyak cabang, jika salah satu cabang mengalami goncangan atau kendala, cabang yang lain akan menguatkan agar tidak mengalami kehancuran.

Pringsewu Jogja pada awalnya didirikan di jalan Magelang km 4,9. Tetapi pada tahun 2004, Pringsewu Jogja dipindahkan ke jalan Magelang km 9 Mulungan Sendangadi Mlati Sleman sampai saat ini. Lokasi saat ini sangat strategis karena letaknya di sebelah jalan lintas provinsi.

Pada Awalnya perusahaan ini berbentuk perorangan dengan skala usaha kecil . Seiring berkembangnya semua usaha restoran, Agus Hardiyanto bekerjasama dengan Bambang Riyadi yang sekarang menjabat sebagai Direktur Utama sebagai pengelola Pringsewu Jogja secara profesional. Perusahaan ini berubah menjadi CV setelah berkembangnya restoran ini, banyak kolega dan rekan bisnis dari Agus ingin bekerjasama atau bermitra dengan cara menanamkan modal perusahaan berubah menjadi Persoaran Terbatas (PT) Pada tahun 2015 Pringsewu mengembangkan sistem usahanya dengan sistem waralaba.

Penghargaan yang telah diperoleh PT. Pringsewu Cemerlang antara lain:

1. 50 *Enterprise* Versi Majalah SWA, diberikan kepada 50 perusahaan skala kecil dan menengah yang dianggap memiliki prospek yang cemerlang pada masa depan di Indonesia
2. Museum Rekor Indonesia (MURI) kategori papan reklame Terpanjang dan Teruntut.
3. Sertifikasi Halal MUI
4. Mie terfavorit Versi Bogasari Awards
5. Indonesian Top Regional Brands Versi Majalah SWA
6. *Awarded Indonesia Green Company 2012*
7. *Awarded CSR Award* Dinsos Provinsi Jawa Tengah 2014
8. *Awarded* Program penanaman 1 Miliar Pohon Provinsi DIY-Kategori Non Kehutanan 2014
9. *Padmitra Award* Kemitraan Sosial RI 2014

10. Penampil Terbaik Banyumas *Extravaganza* 2013

3.1.2 Visi, Misi dan Falsafah

1. Visi

Menjadi salah satu perusahaan waralaba jasa boga terbaik di daerah dimana perusahaan berada dengan dukungan SDM yang memiliki kompetensi tinggi dalam penciptaan menu yang berkualitas dan pelayanan yang menyenangkan pelanggan.

2. Misi

Memenuhi kebutuhan pelanggan akan konsumsi yang bergizi tinggi, higienis, dan aman bagi kesehatan.

3. Falsafah perusahaan

- a. Sumber daya manusia profesional sebagai mitra usaha strategis,
- b. Membangun loyalitas pelanggan adalah tugas utama kami,
- c. Kreatifitas dan inovasi merupakan kunci sukses usaha,
- d. Manajemen terbuka mendorong kerja sama team menjadi lebih unggul.

3.1.3 Jenis Restoran dan menu yang diunggulkan

PT Pringsewu Cemerlang memiliki 19 cabang dengan 3 jenis restoran yang berbeda, yaitu:

1. Pringsewu Resto



Sumber: <http://pringsewuresto.co.id/wp/psrg8>

Gambar 3.1 Logo Pring Sewu Resto

Memiliki cabang sebanyak 14 tempat yang tersebar banyak di pulau Jawa, terdapat di beberapa kota yakni Purwokerto, Yogyakarta, Solo, Semarang, Banjarpatoroman, Sumpiuh, Pemaslang, Pangandaran, Cirebon, Palikanci, dan Rembang. Menu yang menjadi unggulan Pringsewu Resto adalah Gurameh bakar, sop buntut, dan ayam bakar.

2. Mie Pasar Baru Resto



Sumber : <http://pringsewuresto.co.id/wp/logo-mpb-new>

Gambar 3.2 Logo Mie Pasar Baru

Mie Pasar Baru Resto ada beberapa cabang yang tersebar di beberapa kota yakni di Yogyakarta, Tegal, Purwokerto, Purbalingga dan Semarang. Menu yang menjadi unggulan Mie Pasar Baru resto adalah mie pelangi, mie hotplate dan mie mangkok.

3. Kabayan Resto



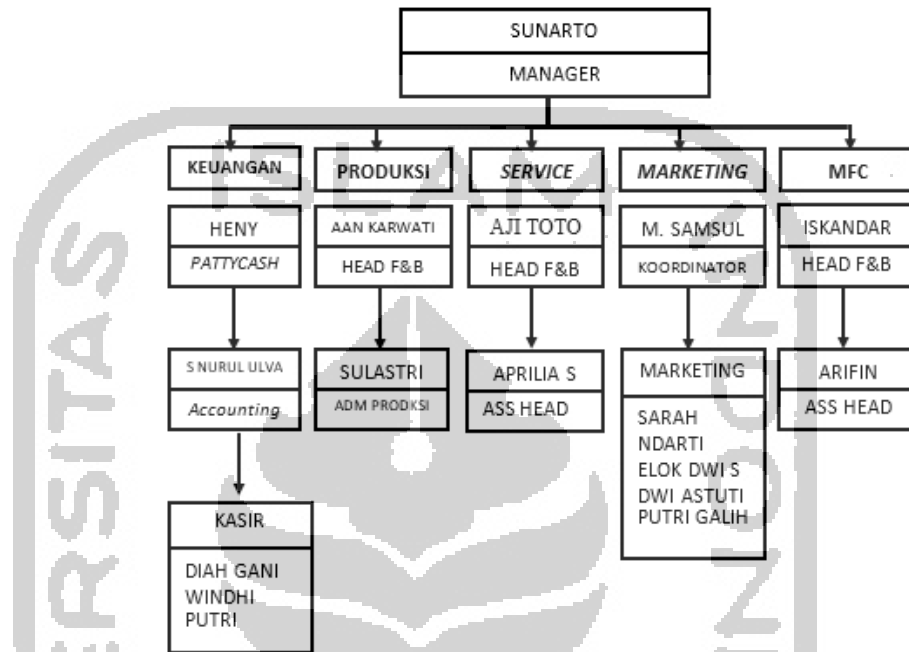
Sumber: https://twitter.com/kabayan_tegal

Gambar 3.3 Logo Kabayan Resto

Kabayan Resto hanya ada satu di kota Purwokerto. Menu yang menjadi unggulan adalah nasi liwet, nasi timbel, serba penyetan, serba sambal dan es gamelan.

3.1.4 Susunan Organisasi dan Ketenagakerjaan

Susunan Organisasi Restoran Taman Pringsewu cabang Yogyakarta



Gambar 3.4 Struktur Organisasi Restoran Pringsewu Yogyakarta

3.1.5 Tugas dan wewenang

Berikut penjelasan tugas dari departemen Marketing Restoran Taman Pringsewu Jogja:

1. Koodinator marketing :
 - a. Mengkoordinasikan staff dengan cara membagi shift kerja,
 - b. Melakukan perencanaan akan strategi promosi
 - c. *Handling reservasi*
 - d. Melakukan pengecekan ulang setiap reservasi

- e. Membuat promosi penawaran yang dikoordinasikan dengan departemen produksi
- f. Menanggung jawab semua kegiatan

2. Staff Marketing :

- a. Melakukan promosi produk kepada segmentasi yang sudah dibagikan
- b. Melakukan input data reservasi
- c. Melakukan input data pelanggan
- d. Melakukan cek ulang setiap reservasi
- e. Memegang kendali atas *driver room*, *driver room* adalah tempat yang digunakan oleh para *crew* atau sopir bus yang datang
- f. Mengantar pesanan sampai tujuan tertentu
- g. Membagikan brosur
- h. Malaporkan omset setiap hari ke pusat

3.1.6 Karyawan yang ada di Pringsewu Jogja

- a. Karyawan Tetap

Karyawan tetap di Restoran Taman pringsewu berjumlah 24 orang.

Karyawan tetapa merupakan karyawan yang telah memiliki perjanjian dalam jangka waktu yang tidak ditentukan dengan Restoran Taman Pringsewu. Biasanya karyawan tetap memiliki masa kerja yang cukup lama dan kualitas individu yang memenuhi standar. Hak karyawan tetap mendapat makan, gaji pokok, pelayanan, intensiv (jika laba terpenuhi) dan seragam.

b. Karyawan kontrak

Karyawan kontrak di Restoran Taman Pringsewu berjumlah 13 orang. Restoran Taman Pringsewu mengadakan kegiatan *Pringsewu Tranie Center* (PTC) untuk merekrut karyawan dengan kontrak tertentu, kecuali *marketing* minimal masa kontrak selama 1 tahun, departemen lain tergantung dengan kontrak. Karyawan kontrak memiliki hak mendapatkan kaos, makan dan uang pelayanan.

3.1.7 Jam Kerja Karyawan dan Jaminan Karyawan

Dalam usaha bisnis baik dalam bidang kuliner maupun bukan dibidang kuliner dibutuhkan kedisiplinan kerja yang tinggi. Oleh sebab itu diperlukan aturan kerja yang dibuat oleh Restoran Taman Pringsewu, yaitu:

1. Jam buka Restoran Taman Pringsewu:

Restoran Taman Pringsewu buka setiap hari pikul 08.00-23.00 WIB.

2. Jam kerja Karyawan

Jam kerja karyawan sudah terjadwal terbagi 3 shift :

Jam 07.30-16.00 WIB shift Pagi

Jam 11.00-21.00 WIB shift Siang

Jam 16.00-23.00 WIB shift Sore

3. Jam istirahat karyawan

Jam istirahat karyawan 1 jam, dengan waktu yang menyesuaikan.

4. Jaminan kerja Karyawan

Untuk seluruh karyawan tetap yang berada di Restoran Taman Pringsewu memiliki jaminan kesehatan, jaminan kematian dan jaminan hari tua. Jaminan kesehatan menggunakan program BPJS.

3.1.8 Lokasi Cabang Perusahaan

Pringsewu memiliki cabang di 10 kota di pulau jawa dengan 19 tempat, cabang-cabang Pringsewu adalah sebagai berikut:

1. Restoran Taman Pringganding Purwokerto
2. Pringsewu Baturaden
3. Pringsewu Sumpiuh
4. Pringsewu Banjarpatroman
5. Pringsewu Jogja
6. Pringsewu Solo
7. Pringsewu Rembang
8. Pringsewu Pemasang
9. Pringsewu Grongggong-Cirebon
10. Pringsewu Cipali
11. Pringsewu Palikanci
12. Pringsewu Semarang
13. Pringsewu Pangandaran
14. Pringsewu Padang Golf Adisucipto
15. Mie Pasar Baru Jogja
16. Mie Pasar Baru & Pondok Makan Kabayan Tegal

17. Mie Pasar Baru & Bumbu Kabayan Purwokerto

18. Mie Pasar Baru Purbalingga

19. Mie Pasar Baru Semarang

3.2 Data Khusus

3.2.1 Penerapan Bauran Promosi di Restoran Taman Pringsewu

Beberapa bauran promosi yang biasa digunakan oleh Restoran Taman Pringsewu adalah sebagai berikut:

1. Periklanan

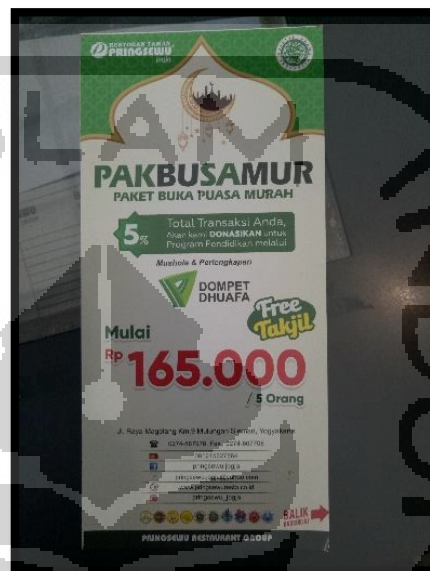
Pengelola Restoran Taman Pringsewu melakukan periklanan dengan bentuk menyebarkan brosur, memasang iklan di surat kabar dan spanduk.

a. Menyebar Brosur

Brosur digunakan Restoran Taman Pringsewu untuk promosi dan dibagikan pada saat ada acara yang dilakukan di dalam restoran atau di luar restoran. Kegiatan acara yang dilakukan di dalam restoran meliputi acara pernikahan, acara ulang tahun dan lainnya. Penyebaran juga dilakukan di acara seperti persiapan

wisuda di Universitas-Universitas yang ada di daerah Istimewa Yogyakarta selain itu Restoran Taman Pringsewu juga menyebarkan brosur ketika acara besar keagamaan. Dilakukan dengan rutin untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu mendapatkan kunjungan untuk membeli produk yang di iklankan *marketing*. Periklanan dengan cara menyebar brosur adalah cara yang efisien untuk bertemu langsung kepada konsumen potensial. Oleh karena

itu banyak restoran yang menggunakan cara ini untuk mengiklankan produk yang mereka punya. Contoh brosur dapat dilihat di gambar 3.5



Sumber : Dokumen Pribadi

Gambar 3.5 Brosur di bulan Ramadhan

b. Iklan promo menu di surat kabar

Kegiatan pengiklanan selain menyebar brosur ada lagi seperti memasukkan promo menu atau menu baru yang ada di Restoran Taman Pringsewu pada surat kabar. Biasanya surat kabar yang bekerjasama dengan Restoran ini adalah Radar Jogja. Dengan cara pengiklanan ini, seluruh lapisan masyarakat akan mengetahui adanya promo atau penambahan menu baru di Restoran Taman Pringsewu. Dapat menyebar ke seluruh lapisan masyarakat untuk menginfokan menu baru atau ada promosi di bulan tertentu. Tetapi surat kabar untuk ini sudah semakin tidak diminati oleh orang-

orang yang lebih menyukai sosial media. Contoh surat kabar dapat dilihat di 3.6 Iklan melalui surat kabar.



Sumber : https://issuu.com/radarjogja/docs/17_februari_2010/10

Gambar 3.6 Iklan melalui surat kabar

c. Iklan Spanduk

Dan ada mengiklankan lain dengan cara spanduk yaitu memasang tanda di pinggir jalan membentang sebelum melewati Restoran, jadi sekitar 1km 100 meter akan ada spanduk yang menandakan sudah akan mendekati Restoran. Contoh spanduk

dapat dilihat pada gambar 3.7.

Jika dilihat dari efektivitasnya dari brosur, surat kabar atau spanduk, jenis iklan ini memiliki kelemahan dan kelebihan masing-masing. Jika brosur memiliki peluang interaktif dan dapat terkendali tetapi jika terlalu banyak akan menyebabkan biaya yang mahal, jika surat kabar akan menjangkau keseluruhan masyarakat tetapi memiliki waktu yang singkat dan spanduk dapat dilihat sepanjang jalan menawarkan menu yang

menggodanya, tetapi spanduk hanya terdapat pada jalan yang akan melewati restoran tersebut.



Sumber : DokumenPribadi

Gambar 3.7 Spanduk yang berada di jalan Magelang

Penerapan fungsi iklan dalam periklanan di Restoran Taman Pringsewu dengan cara memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen untuk mengetahui menu apa yang akan ditawarkan restoran. Pihak marketing juga membujuk masyarakat luar untuk mencoba produk di Restoran. Dengan adanya iklan akan menciptakan kesan bagi Restoran Taman Pringsewu.

2. Promosi penjualan

Promosi dilakukan secara langsung yang dilakukan marketing untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan mendongkrak

penjualan dalam waktu yang singkat. Tujuan Promosi penjualan yang diterapkan yaitu untuk mengenali konsumen potensial dan menarik konsumen baru. Marketing akan menginformasikan produk dan kualitas layanan yang baru. Membujuk dan memotivasi konsumen lama agar melakukan pembelian dan mendatangi restoran untuk membuktikan semua promonya. Semua pemasar pasti memiliki program untuk memasarkan produknya dan memiliki alternatif program pula. Memberikan hadiah ketika ada yang berulang tahun, melakukan kerjasama dengan perusahaan lain untuk memberikan kupon berhadiah kepada konsumen yang membeli di tempat. Dan memiliki bonus-bonus lain yang membuat konsumen ingin kemabali lagi. Setiap segmentasi memiliki promo yang berbeda beda, Restoran Taman Pringsewu memiliki segmentasi antara lain ada LPA (Layanan Pesan Antar), Universitas, Pernikahan, menu Box, *Alacarte*.

Restoran Taman Pringsewu menggunakan teknik-teknik penjualan untuk menarik konsumen, yaitu :

- a. VIP Card digunakan untuk melakukan pengurangan harga untuk membeli produk tertentu. VIP Card biasanya diberikan kepada pelanggan melalui penyebaran brosur atau bisa diberikan langsung pada pelanggan yang potensial dengan cuma-cuma. VIP card Restoran Pringsewu bermanfaat untuk pengurangan harga sebesar 5% - 10%.
- b. Setiap segmentasi menggunakan cara promosi yang berbeda seperti LPA (Layanan Pesan Antar) dengan membeli dengan harga 100.000

akan mendapatkan gratis menu yang berbeda di setiap harinya dan gratis biaya antar.

- c. Mengadakan rapat di Restoran Taman Pringsewu dengan paket *meeting* akan gratis menggunakan fasilitas lengkap seperti *sound system, mic wereless, lcd screen*, air mineral dengan ruangan *full ac* dan gratis *coffee break*.
- d. Menu paket Box pesan 10 box gratis 1 box, jika pesan 30 akan mendapatkan pengurangan harga jika memiliki VIP card selain itu bisa cashback atau diganti dengan 3 box gratis.
- e. Berbeda dengan VIP card, PCC (*Pringsewu Club Card*) diperoleh dengan cara membeli seharga Rp.10.000. dengan adanya ini akan mendapatkan berbagai promo dari Restoran Taman Pringsewu yaitu yang pertama gratis menu tiap hari, minimal transaksi Rp.50.000, surprise ulang tahun, special rewards di setiap cabang Pringsewu Group, dan terakhir mengikuti program promo khusus di seluruh cabang mengikuti program promo khusus di seluruh cabang Pringsewu restaurant grup.

3. Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Kegiatan penjualan personal yang dilakukan di Restoran Taman Pringsewu dengan cara langsung mendatangi tempat tinggal atau kantor calon konsumen untuk menawarkan dan membujuk agar melakukan pembelian. Penjualan personal yang langsung dilakukan ke Univerersitas atau instansi pemerintahan melakukan penawaran ke bagian tata usaha

atau bagian yang mengurus konsumsi, memiliki rutinitas mengadakan rapat atau kegiatan. Aktivitas tersebut juga termasuk penjualan langsung yang dilakukan perusahaan untuk mempromosikan produk.

Selain mendatangi langsung Marketing di Restoran Taman Pringsewu pun melakukan *seles call* untuk menanyakan kabar, bertanya kapan kembali lagi dan mengingatkan jika ada menu baru atau paket baru yang belum dicoba konsumen tersebut.

Sebelum melakukan kegiatan-kegiatan penjualan personal terlebih dahulu perusahaan melakukan persiapan sebelum melakukan promosi memeriksa ulang surat dan brosur yang akan diberikan pada tujuan, menentukan lokasi pembeli potensial. Setelah mengetahui lokasi, pergi ke lokasi melakukan pendekatan kepada pembeli potensial, mampu memberikan kesan pertama yang baik.

4. Penjualan Langsung

Kegiatan Penjualan langsung yang dilakukan setiap hari oleh Restoran Taman Pringsewu. Melakukan komunikasi langsung dari pelayan kepada konsumen secara individu dan langsung mendapat tanggapan dengan disembarkannya TaSa (terimakasih atas Saran anda). Jadi TaSa dibagikan untuk mendapatkan data pelanggan, yang diisi adalah, nama, TTL, dan enak atau tidaknya masakan yang dihidangkan, biasanya dikumpulkan oleh tim *service*.

5. Hubungan masyarakat

Hubungan masyarakat penting dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan perhatian dari masyarakat sekitar. Perusahaan menerapkan humas kepada masyarakat sekitar yang membutuhkan, bukan hanya untuk kegiatan *sponsorship* saja, tetapi juga sebagai bentuk kepedulian perusahaan kepada sesama.

Restoran Taman Pringsewu menerapkan hubungan masyarakat agar menjadi bagian dari masyarakat yang ada disekitar perusahaan. Ada beberapa kegiatan yang diikuti Restoran Restoran Pringsewu seperti ikut menanam bibit pohon, membantu korban bencana, pengobatan gratis dan penyembelihan hewan kurban pada saat hari raya umat islam. Selain itu juga menjadi sponsor kegiatan, biasanya Restoran Taman Pringsewu sering melakukan sponsor kepada universitas atau kegiatan kegiatan lain seperti acara amal, atau seminar yang akan bekerja sama dengan panitia. Dengan cara pringsewu memberikan kupon makan.

3.2.2 Peran dan Fungsi Promosi yang dilakukan Restoran Taman Pringsewu

Terdapat fungsi promosi dalam meningkatkan jumlah pengunjung yang berkunjung di Restoran Taman Pringsewu antara lain:

1. Dengan diadakannya promosi dan pengenalan Restoran Taman Pringsewu kepada masyarakat baik di dalam kota maupun luar kota, maupun wisatawan mancanegara akan secara otomatis membuat mereka penasaran dan akan mengunjungi restoran.
2. Mempertahankan kualitas layanan yang telah dikenal pada masyarakat.

3. Banyaknya pengunjung yang melakukan reservasi untuk event tertentu akan meningkatkan jumlah pengunjung, karena mereka akan bercerita tentang fasilitas yang diberikan kepada saudara, sahabat, atau prang lain yang secara tidak langsung membantu mempromosikan Restoran Taman Pringsewu.

4. Peranan promosi dalam meningkatkan pemasaran sangat penting karena dapat mengembangkan dan memperkenalkan resto, tanpa adanya promosi di suatu Restoran maka masyarakat tidak akan tahu. Maka dari itu peranan promosi dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan meningkatkan jumlah pendapatan Restoran Taman Pringsewu Jogja.

3.2.3 Kendala yang dihadapi dalam penerapan bauran promosi

Kedala-kendala yang dialami seorang pemasar dalam memasarkan produknya, yaitu:

1. Kendala Khusus
 - a. Periklanan

Dalam periklanan terdapat beberapa kendala, yang pertama jika penyebaran brosur memiliki peluang interaktif dan dapat terkendali tetapi jika terlalu banyak menyebabkan biaya yang dikeluarkan mahal. Yang ke dua surat kabar akan menjangkau seluruh lapisan masyarakat tetapi memiliki waktu yang singkat. Yang ke tiga spanduk hanya dapat dilihat di jalan yang akan melewati restoran tersebut.

b. Promosi penjualan

Dalam penggunaan kartu VIP atau PCC tidak dapat secara langsung digunakan, digunakan satu persatu untuk mendapatkan diskon. Di PCC menyebutkan gratis menu tiap hari tetapi menu tergantung dari Restoran taman Pringsewu.

c. Penjualan Personal

Penjualan personal memiliki kendala, jika seluruh *marketing* sibuk dengan reservasi yang ada di restoran, tidak akan melakukan kunjungan ke universitas, kantor, biro wisata atau perseorangan.

Kegiatan *salles call* dilakukan marketing jika ada waktu dan tidak dilakukan secara rutin. Karena keterbatasan waktu, melakukan *salles call* biasanya diadakan ketika sore hari, atau pagi hari.

d. Hubungan Masyarakat

Kendala melakukan sponsor di Restoran Taman Pringsewu adalah kurangnya informasi event atau seminar yang dilakukan universitas kantor-kantor yang mengadakan.

2. Kendala Umum

- a. Kurangnya tenaga kerja pemasar yang fokus memasarkan melalui media *online*, karena di era saat ini sangat memerlukan pemasar yang khusus untuk memasarkan melalui media sosial. Melalui

media sosial semuanya dapat dipromosikan dengan cepat dan tanpa menggunakan biaya.

- b. Penyusunan tempat yang kurang menarik sehingga kurang cocok untuk kaum *milenial*.
- c. Fasilitas tempat, usaha restoran memerlukan tempat yang cukup luas, karena ketersediaan tempat yang kurang menjadikan restoran Taman Pringsewu sering menolak pelanggan baru, dikarenakan reservasi dipenuhi dengan *tour & travel* atau acara pernikahan.
- d. Pesaing merupakan kendala paling utama dalam berbisnis, banyaknya pesaing yang menjual dengan harga yang terjangkau. Membuat Restoran Taman Pringsewu khawatir dengan harga yang agak tinggi.

