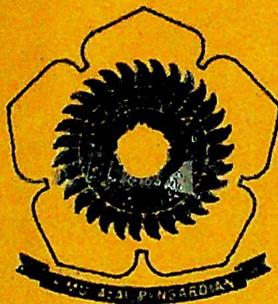


**UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
FAKULTAS EKONOMI  
PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN  
KEUNGGULAN BERSAING PADA  
RUMAH MAKAN PAGI SORE SUDIRMAN PALEMBANG**



**Diajukan Oleh :  
MEILITA SARI  
01013110061**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat  
Guna Mencapai Gelar  
Sarjana Ekonomi  
2005**

S  
658.810 7  
Suz  
S  
C 057 421  
2005

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
FAKULTAS EKONOMI  
PALEMBANG**



**SKRIPSI**

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN  
KEUNGGULAN BERSAING PADA  
RUMAH MAKAN PAGI SORE SUDIRMAN PALEMBANG**

R. 12866  
13148



**Diajukan Oleh :  
MEILITA SARI  
01013110061**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat  
Guna Mencapai Gelar  
Sarjana Ekonomi  
2005**

UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
FAKULTAS EKONOMI  
INDERALAYA

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : MEILITA SARI  
NIM : 01013110061  
JURUSAN : MANAJEMEN  
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PEMASARAN UNTUK  
MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING  
PADA RUMAH MAKAN PAGI SORE SUDIRMAN  
PALEMBANG

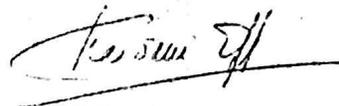
PANITIA PEMBIMBING SKRIPSI

Tanggal, 6-7-2005 Ketua Panitia :



Drs. H. Machmud Syahidin

Tanggal, 8 JULI 2005 Anggota Panitia :



Dra. Hj. Chairani Effendy

*MOTTO :*

*" Sesungguhnya di samping kesulitan itu ada kemudahan "*

*( Qs. Alam Nasyrat ayat 6 )*

*" Kegagalan dapat disebabkan oleh satu kelemahan manusia*

*yaitu tidak adanya keseimbangan*

*antara keinginan dan kesungguhan dalam menyempurnakan ikhtiar "*

*( MQ )*

*Ku persembahkan untuk :*

- *Ayah dan Ibu tercinta*
- *Kakak, Ayuk dan Keponakan -  
keponakanku tercinta*
- *Seseorang yang kelak mendampingiku*
- *Almamaterku*

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang mana berkat Rahmat, Hidayah serta Kasih Sayang-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Pada Rumah Makan Pagi Sore Sudirman Palembang" ini yang merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Palembang.

Penulis menyadari di dalam penulisan skripsi ini akan banyak ditemui kekurangan dan kelemahan, baik dalam penyusunan kalimat, penyajian materi, maupun pembahasannya. Hal ini disebabkan karena penulis adalah manusia biasa yang memiliki keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan. Atas segala kekurangan tersebut, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak.

Akhir kata, penulis berharap kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Palembang, Juni 2005

Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah atas limpahan rahmat dan ridha-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Selain itu dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat yang sedalam-dalamnya, penulis juga ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

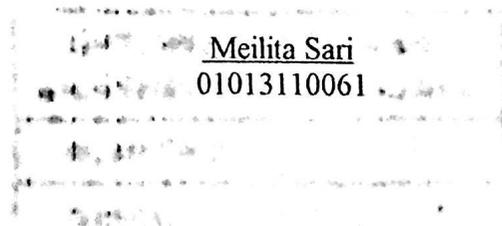
1. Bapak Prof. Dr. Zainal Ridho Djafar selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Drs. Syamsurijal, AK. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Drs. Yuliansyah M. Diah selaku Ketua Jurusan Manajemen serta Bapak Drs. M. Kosasih Zen selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Drs. H. Machmud Syahidin selaku Ketua Pembimbing Skripsi yang banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, juga atas segala nasehat serta dorongannya.
5. Ibu Dra. Hj. Chairani Effendy selaku Anggota Pembimbing Skripsi atas bantuan dan bimbingannya selama penulisan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Ibu Dra. Suhartini Karim selaku Pembimbing Akademik. Terima kasih atas semua nasehatnya selama ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Pengajar di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah banyak memberikan penulis ilmu yang bermanfaat selama kuliah, serta Staf karyawan/ti yang turut memberikan bantuan dan semangatnya untuk penulis (terutama Kak Feri, Mbak Tuti, Kak Indana dan tak lupa Kak Aidil).
8. Pak Ismet selaku Manager Rumah Makan Pagi Sore Sudirman Palembang yang telah mengizinkan dan memberikan bantuan kepada penulis dalam melakukan penelitian dan penulisan terhadap perusahaannya.

9. Keluargaku yang kucintai yang selalu memberikan bantuan dan dukungannya selama pengerjaan skripsi ini. Skripsi ini kupersembahkan buat keluarga besar ku, terutama kedua Orangtua ku.
10. Buat Saudara-saudaraku: Mbak Atik dan Kak Juf, Kak Ari dan Yuk Zati, Kak Ican dan Mbak Lina, Kak Fian dan Mbak Yul serta keponakan-keponakkanku yang lucu-lucu yang selalu membuat suasana dirumah jadi ramai, (khusus buat Mbak Yul, makasih atas bantuannya dalam merangkai kata-kata).
11. Teman-teman Manajemen angkatan 2001 atas kebersamaan, kekompakkan dan hari-hari kuliah yang telah kita lalui bersama.
12. My very best friend: Loura, Ria, Liza, Atiek, Amel, Nia, Delly dan Anna, Semoga kita semua bisa jadi orang yang sukses. Amin.
13. Buat Anca yang telah banyak mendukung dan membantu dalam penyelesaian skripsi ini, terima kasih banyak atas semua pengorbanannya. Semua ini berkat bantuanmu.

Dan terakhir tak lupa penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan secara spesifik disini atas bantuan yang diberikan selama pengerjaan skripsi ini.

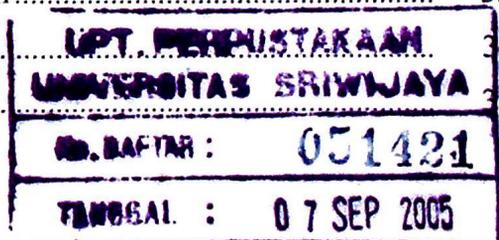
Palembang, Juni 2005

Penulis



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
I.1. Latar Belakang Masalah .....	1
I.2. Perumusan Masalah .....	11
I.3. Tujuan Penelitian.....	12
I.4. Manfaat Penelitian.....	13
I.5. Metodologi Penelitian.....	13
I.5.1. Obyek Penelitian.....	13
I.5.2. Desain Penelitian .....	13
I.5.3. Ruang Lingkup Penelitian.....	14
I.5.4. Metode Penarikan Sampel .....	14
I.5.5. Metode Pengumpulan Data.....	15
I.5.6. Metode Analisis .....	17
I.6. Sistematika Pembahasan.....	17
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>19</b>
II.1. Bauran Promosi .....	23
II.1.1. Periklanan.....	28
II.1.2. Penjualan Perorangan.....	33
II.1.3. Promosi Penjualan.....	34
II.1.4. Publisitas.....	38



<b>BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN.....</b>	<b>40</b>
III.1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	40
III.2. Struktur Organisasi Perusahaan .....	43
III.3. Produk Yang Ditawarkan.....	49
III.4. Sistem Distribusi Yang Dilakukan.....	53
III.5. Kebijakan Harga.....	54
III.6. Kebijakan Promosi .....	58
 <b>BAB IV ANALISIS STRATEGI PROMOSI PADA RUMAH MAKAN PAGI SORE SUDIRMAN PALEMBANG.....</b>	 <b>61</b>
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	 <b>86</b>
V.1. Kesimpulan.....	86
V.2. Saran.....	87
 <b>KEPUSTAKAAN .....</b>	 <b>90</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>92</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1.1. Beberapa Nama Rumah Makan Padang yang ada di Palembang .....	7
1.2. Target dan Realisasi Pendapatan pada Rumah Makan Pagi Sore Sudirman Palembang .....	8
1.3. Realisasi Pendapatan pada Rumah Makan Palapa Cabang Veteran Palembang .....	9

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
2.1. Elemen-elemen dalam proses komunikasi .....	21
3.1. Struktur Organisasi PT Pagi Sore Nusa .....	46

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Setiap negara berupaya untuk dapat meningkatkan taraf hidup rakyatnya. Upaya yang ditempuh negara untuk dapat memakmurkan atau meningkatkan taraf hidup rakyatnya adalah dengan melakukan pembangunan ekonomi. Keberhasilan pembangunan ekonomi merupakan kunci keberhasilan peningkatan hidup dan kesejahteraan rakyat. Adapun salah satu sasaran pembangunan ekonomi adalah dengan menambah dan mempertinggi pendapatan serta penyediaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pemberantasan dan pengurangan kemiskinan absolut.

Indonesia dengan segala kekuatannya telah berusaha membangun disegala bidang untuk kesejahteraan rakyatnya. Pembangunan yang telah dilaksanakan selama ini telah menempatkan Indonesia pada posisi negara berpenghasilan menengah dan struktur ekonomi yang telah berkembang dari negara agraris menuju negara industri.

Semakin berkembangnya kehidupan manusia baik dari segi kualitas maupun dari segi kemakmuran maka makin komplekslah kebutuhan hidup yang harus dipenuhinya. Sebagai makhluk sosial, manusia menuntut adanya kemajuan-kemajuan dalam usahanya memenuhi kebutuhan. Konsekuensinya mereka juga harus melakukan sesuatu sehingga apa yang diinginkannya dapat terpenuhi. Umumnya, orang akan memenuhi kebutuhan yang dirasa paling penting lebih dahulu. Setelah kebutuhan itu terpenuhi barulah kemudian mengalihkan pada kebutuhan selanjutnya.

Menurut Abraham Maslow kebutuhan manusia tersusun dalam sebuah jenjang, dari tingkatan yang paling mendesak hingga tingkatan yang kurang mendesak.

Adapun jenjang atau tingkatan menurut Abraham Maslow tersebut adalah : <sup>1</sup>

1. Kebutuhan Fisiologis (rasa lapar, haus)
2. Kebutuhan Keselamatan (keamanan, perlindungan)
3. Kebutuhan Sosial (rasa memiliki, kasih sayang)
4. Kebutuhan akan Penghargaan (penghargaan diri, pengakuan status)
5. Kebutuhan Aktualisasi Diri (pengembangan diri dan realisasi).

Kebutuhan manusia adalah suatu keadaan yang dirasakan ingin diperoleh seseorang. Untuk bisa bertahan di dalam pasar yang peka terhadap perubahan dan penuh dengan persaingan saat ini, sebuah perusahaan pertama-tama harus menentukan apa yang menjadi kebutuhan dan rancangan seperti apa yang harus digunakan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Dalam melakukan pembelian suatu produk, konsumen membeli tidak hanya sekedar kumpulan atribut fisik saja tetapi pada dasarnya mereka membayar sesuatu untuk memuaskan kebutuhannya. Selama beberapa tahun ini dan yang akan datang, konsumen akan lebih selektif dalam memilih setiap produk yang mereka inginkan.

---

<sup>1</sup> Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, Jilid 1, PT. Prenhallindo, 1997, Hal 164

Setiap perusahaan yang beroperasi dalam lingkungan pemasaran yang kompleks dan berubah-ubah, jika perusahaan tersebut ingin hidup terus secara berkesinambungan, maka perusahaan harus memproduksi dan menawarkan suatu barang dan jasa yang bernilai pada kelompok konsumen tertentu di dalam lingkungannya. Melalui proses pertukaran, perusahaan mendapatkan kembali apa yang dibutuhkannya untuk dapat hidup terus yakni penghasilan dan sumber daya. Dengan demikian perusahaan akan selalu tanggap dan mengecek kembali sasaran, strategi dan taktiknya secara berkala dan mengukur sejauh mana realisasi dan kesempatan pasar yang paling baik.

Tahap-tahap kegiatan di atas merupakan bagian proses yang lebih luas yang disebut Pemasaran yang dapat memberikan pengarahan-pengarahan yang lebih luas bagi dunia bisnis.

Adapun pengertian Pemasaran menurut W. J. Stanton adalah :<sup>2</sup>

”Suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial”.

Pemasaran adalah sebagai kunci pokok terjadinya komunikasi antara produsen dan konsumen yang pada akhirnya diharapkan dapat memenuhi tujuan

---

<sup>2</sup> William. J. Stanton, Prinsip Pemasaran, Edisi Ketujuh, Erlangga, Jakarta, 1991, Hal 7

produsen bahwa produknya dapat laku terjual sehingga dapat memperoleh laba yang optimal sedangkan konsumen mendapatkan kepuasan dari produk yang didapatnya sehingga di masa yang akan datang produsen dapat merangsang konsumen agar mau melakukan pembelian kembali.

Keberhasilan pemasaran akan menentukan keberhasilan perusahaan dalam kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan yang mampu memenangkan persaingan adalah perusahaan yang mampu mencrapkan strategi yang jitu, yang secara selektif mampu menggunakan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan serta mampu menganalisis dan mengambil setiap kesempatan dalam situasi perubahan yang makin cepat dewasa ini.

Adanya kemajuan teknologi seperti sekarang ini, yang kemudian diiringi dengan perubahan lingkungan sosial, pergeseran ekonomi, pengaruh gaya hidup serta perilaku masyarakatnya mendorong perubahan dalam pola konsumsi pula. Dewasa ini, banyak konsumen berkiblat pada kesantiaian. Banyak peluang terbuka karena adanya kesantiaian dari para konsumen yang akan lebih menghargai waktu daripada uang.

Untuk alasan seperti itulah maka sekarang banyak kita jumpai berbagai usaha bisnis yang dapat mempermudah segalanya di tengah rutinitas yang padat, yaitu usaha rumah makan.

Rumah makan merupakan kegiatan bisnis yang menghasilkan produk makanan dan minuman siap saji, didirikan karena adanya perubahan dalam pola konsumsi masyarakat. Dimana masyarakat pada kota-kota besar pada umumnya

menginginkan segala sesuatu yang serba praktis, selain itu juga aktivitas sehari-hari yang begitu padat serta keterbatasan waktu yang dimiliki, membuat mereka tidak sempat untuk memasak sendiri makanan di rumah. Keberadaan rumah makan juga sangat membantu bagi perusahaan-perusahaan / kantor yang biasanya sering mengadakan rapat sambil bersantap siang (*lunch*) bersama.

Penduduk Indonesia yang berjumlah lebih dari 200 juta jiwa merupakan pasar yang sangat potensial bagi pemasaran produk makanan dan minuman. Jumlah ini akan terus bertambah seiring dengan berjalannya waktu sehingga pemenuhan kebutuhan dasar manusia seperti makan dan minum tetap merupakan prioritas utama. Aspek ini sangat menguntungkan bagi bisnis makanan dan minuman sehingga laju pertumbuhan pasar untuk produk ini cukup tinggi dan menjanjikan prospek cerah.

Di kota Palembang terdapat banyak sekali rumah makan. Mulai dari yang berada di emper-emper pertokoan hingga yang memiliki gedung sendiri dan kesemuanya tersebar di penjuru kota Palembang. Salah satu rumah makan yang besar dan akrab di telinga masyarakat Palembang adalah rumah makan Pagi Sore yang merupakan obyek yang diteliti oleh penulis, yang dalam penulisan skripsi ini penulis hanya memfokuskan pada **Rumah Makan Pagi Sore Sudirman Palembang**. Rumah makan ini mempunyai ciri khas berupa masakan dengan cita rasa Minang (Padang), yang mana masakan-masakan ini memiliki rasa yang pedas, seperti rendang.

Dalam mengawali usahanya, Rumah Makan Pagi Sore hanya merupakan satu bangunan kecil yang cukup sederhana yaitu yang berada di Jalan Jenderal Sudirman No. 96 D Palembang (sekarang menjadi pusat). Jumlah karyawannya sedikit sehingga tidak adanya pembagian tugas / spesialisasi secara khusus. Menu makanan yang tersedia masih sangat minim dengan harga yang masih relatif murah. Hal ini dilakukan sebagai langkah awal pihak Pagi Sore untuk menarik banyak konsumen. Lama-kelamaan karena banyaknya konsumen, pihak Pagi Sore membuka beberapa cabang untuk memperluas usahanya. Sampai dengan saat ini, perusahaan telah membuka 7 buah cabang yang tersebar di seluruh kota Palembang.

Rumah Makan Pagi Sore merupakan rumah makan yang berkembang pesat dan memiliki citra atau *image* yang baik di mata masyarakat Palembang. Tetapi perusahaan tidak boleh begitu saja merasa puas. Karena seperti kata pepatah "*Semakin tinggi pohon, semakin kencang angin yang menerpanya*". Demikian juga yang dialami oleh Rumah Makan Pagi Sore, semakin ia ingin mencoba untuk lebih maju maka semakin banyak pula tantangannya, antara lain banyaknya rumah makan sejenis yang semakin mempertajam tingkat persaingan sehingga membuat Rumah Makan Pagi Sore harus jeli dalam menangkap peluang pasar dan berusaha untuk menggencarkan berbagai usaha-usaha pemasaran. Hal tersebut tercermin dari tabel berikut ini :

**Tabel 1. 1**  
**Beberapa Nama Rumah Makan Padang**  
**Yang Ada Di Palembang**

Nama Perusahaan	Alamat
RM Ampera Minang	Jln. Demang Lebar Daun Gang Gembira No. 3705 Palembang
RM Begadang	Jln. Kapt A Rivai No. 201-203 Palembang
RM Bundo Kandung	Jln. R Sukanto No. 92 Palembang
RM Halal	Jln. KH Azhari No. 100/10 Palembang
RM Harapan Bundo	Jln. Jend Sudirman No. 391 Palembang
RM Hikmah Fajar	Jln. May Salim Batubara No. 151 Palembang
RM Kapau	Jln. Depaten Baru Lor Sekanak II No. 115 A-B Palembang
RM Musi Ria	Jln. Laks L RE Martadinata No. 82 Palembang
RM Palapa	Jln. Jakabaring No. 8 Palembang
RM Palapa Indah	Jln. MP Mangkunegara No. 40 Palembang
RM Palapa Jaya	Jln. Veteran No. 7091 C Palembang
	Jln. Kapt A Rivai No. 220 Palembang
	Jln. Kol H Burlian No. 190 Palembang
RM Sari Bundo	Jln. Jenderal Sudirman No. 1301 E-H Palembang
RM Sederhana	Jln. Basuki Rahmat No. 1 Palembang
RM Sinar Baru	Jln. Jend Sudirman No. 2954 A-B Palembang

*Sumber : Data Lapangan*

Pada awalnya berdiri sampai dengan saat ini, volume penjualan pada Rumah Makan Pagi Sore selalu mengalami fluktuasi sehingga pendapatan menjadi tidak stabil, kadang meningkat dan kadang menurun. Berikut ini dapat dilihat perkembangan pendapatan Rumah Makan Pagi Sore pada lima tahun terakhir :

**Tabel 1. 2**  
**Target dan Realisasi Pendapatan**  
**Rumah Makan Pagi Sore Sudirman Palembang**

Tahun	Target Pendapatan	Realisasi Pendapatan	%
2000	Rp 180.000.000	Rp 192.140.000	0
2001	Rp 200.000.000	Rp 206.400.000	6, 91
2002	Rp 220.000.000	Rp 227.000.000	9, 07
2003	Rp 250.000.000	Rp 246.350.000	7, 85
2004	Rp 300.000.000	Rp 271.200.000	9, 16

*Sumber : Rumah Makan Pagi Sore Sudirman Palembang, Tahun 2005*

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa persentase pendapatan di Rumah Makan Pagi Sore mengalami kenaikan dari tahun 2000-2002. Tetapi pada tahun 2003 pendapatan mengalami penurunan yaitu dari 9, 07 % menjadi 7, 85 % sedangkan pada tahun berikutnya yaitu 2004 mengalami kenaikan sebesar 9, 16 %. Sangat dikhawatirkan akan terjadi penurunan kembali di tahun-tahun yang akan datang karena pada tahun 2003-2004 pendapatan yang diterima Rumah Makan Pagi Sore berada di bawah target pendapatan yang diinginkan.

Terjadinya fluktuasi pada persentase pendapatan di Rumah Makan Pagi Sore dapat disebabkan oleh adanya persaingan dagang dengan rumah makan lain. Sebagai

bahan perbandingan, penulis menyajikan data pendapatan pada salah satu rumah makan pesaing yaitu Rumah Makan Palapa sebagai berikut :

**Tabel 1.3**  
**Realisasi Pendapatan**  
**Pada Rumah Makan Palapa Cabang Veteran Palembang**

Tahun	Pendapatan	%
2000	Rp 184.850.000	0
2001	Rp 221.650.000	16,60
2002	Rp 182.000.000	- 21,78
2003	Rp 201.300.000	9,59
2004	Rp 227.100.000	11,36

*Sumber : Rumah Makan Palapa Cabang Veteran Palembang*

Dari tabel 1.3 terlihat bahwa pada tahun 2001 pendapatan yang diterima Rumah Makan Palapa lebih besar dibandingkan dengan pendapatan pada Rumah Makan Pagi Sore. Walaupun di tahun 2002 Rumah Makan Palapa pernah mengalami penurunan tetapi pada tahun 2003-2004 persentase pendapatannya terus meningkat. Hal ini perlu diwaspadai oleh Rumah Makan Pagi Sore karena peningkatan pendapatan yang terjadi pada Rumah Makan Palapa cenderung besar dan bukan tidak mungkin pendapatan Rumah Makan Palapa lama-kelamaan dapat melampaui pendapatan Rumah Makan Pagi Sore.

Melihat keadaan persaingan yang terjadi alangkah baiknya jika Rumah Makan Pagi Sore lebih waspada dan mulai mengantisipasi pertumbuhan pendapatan pesaing yang terus mengalami peningkatan, karena hal ini dapat mempengaruhi volume penjualan makanan pada Rumah Makan Pagi Sore. Untuk itu Rumah Makan

Pagi Sore harus melakukan suatu strategi yang lebih baik dari pesaingnya jika perusahaan ingin tetap bertahan dan menguasai pasar. Hal terpenting disini yang dapat dilakukan Rumah Makan Pagi Sore adalah melakukan suatu komunikasi pemasaran, khususnya mengacu pada kegiatan promosi yang dapat digunakan perusahaan untuk menciptakan kesadaran dan pengetahuan konsumen terhadap keberadaan serta keunggulan produk yang perusahaan tawarkan.

Kegiatan promosi merupakan kegiatan penting yang perlu diselenggarakan, karena mempunyai tujuan untuk kenaikan omzet penjualan. serta berperan sebagai komunikator dan motivator sehingga dapat melangsungkan, menjaga, dan mempertahankan hubungan perusahaan dengan pasarnya. dalam hal ini adalah konsumen.

Namun dalam kesehariannya, perusahaan belum banyak melakukan kegiatan promosi. Adapun kegiatan promosi yang pernah dilakukan Rumah Makan Pagi Sore adalah melalui periklanan (koran dan brosur). publisitas (berpartisipasi pada kegiatan pameran), dan melakukan personal selling.<sup>3</sup> Kegiatan promosi ini tidak dilakukan oleh perusahaan secara berkesinambungan.

Untuk periklanan, Pagi Sore pernah memasang iklan di 2 (dua) harian umum regional yaitu Sriwijaya Post dan Sumatera Ekspres. Tetapi kegiatan ini hanya dilaksanakan dalam beberapa bulan (pada tahun 2002-2003), setelah itu kegiatan periklanan ini terputus untuk jangka waktu yang lama. Ini dikarenakan tidak adanya

---

<sup>3</sup> Wawancara dengan manajer Rumah Makan Pagi Sore Sudirman Palembang

anggaran biaya promosi yang khusus disediakan dalam keuangan perusahaan. Mengingat pentingnya kegiatan promosi ini bagi kelangsungan hidup perusahaan, program promosi yang dijalankan oleh Rumah Makan Pagi Sore masih belum cukup efektif.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk meneliti masalah tersebut yang dituangkan dalam skripsi berjudul **"Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Pada Rumah Makan Pagi Sore Sudirman Palembang"**.

## 1.2. Perumusan Masalah

Bagi perusahaan pada umumnya mempunyai 3 (tiga) tujuan dalam penjualan produknya, yaitu :<sup>4</sup>

1. Mencapai volume penjualan tertentu
2. Mendapatkan laba tertentu
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Pada umumnya dalam mencapai tujuan tersebut, perusahaan tidak terlepas dari hambatan-hambatan dan masalah-masalah yang harus dihadapi oleh perusahaan. Masalah-masalah ini sering timbul dan berasal dari dalam maupun luar perusahaan

---

<sup>4</sup> Basu Swastha DH dan Irawan, Manajemen Perusahaan Modern, Liberty, Yogyakarta, 1983, Hal 104

dan harus segera diatasi oleh perusahaan agar apa yang menjadi tujuan perusahaan dapat tercapai.

Berikut penulis akan mengidentifikasi masalah yang dihadapi oleh Rumah Makan Pagi Sore Sudirman Palembang sebagai berikut :

1. Kegiatan promosi yang digunakan oleh Rumah Makan Pagi Sore belum optimal.
2. Semakin ketatnya persaingan yang terjadi diantara rumah makan-rumah makan sejenis yang menawarkan produk yang sama dimana setiap perusahaan berusaha saling mengungguli satu sama lain.

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, penulis mengangkat masalah pokok yang dihadapi oleh Rumah Makan Pagi Sore Sudirman Palembang yaitu *"Bagaimana mengefektifkan program promosi yang dilakukan oleh Rumah Makan Pagi Sore agar dapat meningkatkan keunggulan bersaingnya?"*.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penulis mengangkat permasalahan di atas adalah untuk melihat dan menganalisis sejauh mana strategi promosi yang telah dilaksanakan oleh Rumah Makan Pagi Sore Sudirman Palembang dalam usahanya untuk menjadi unggul dalam persaingan di bidang pemasaran.

#### 1.4. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Menambah pengetahuan dan pengalaman bagi penulis dalam bidang penelitian yang dimulai dari pengumpulan data, pengolahan data dan analisa data. Selain itu juga merupakan suatu latihan teori-teori dan pengetahuan yang diterima dan dipelajari selama ini, khususnya dalam ilmu manajemen pemasaran.
2. Sebagai bahan masukan dan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengambil keputusan yang tepat dalam strategi pemasarannya, khususnya strategi promosi.
3. Memberikan kontribusi kepada kepustakaan UNSRI dalam rangka membantu para mahasiswa untuk menambah pengetahuan dan wawasan, khususnya pada saat penulisan skripsi yang berhubungan dengan analisis strategi promosi atau sebagai bahan masukan/penunjang untuk penelitian selanjutnya.

#### 1.5. Metodologi Penelitian

##### 1.5.1. Obyek Penelitian

Rumah Makan Pagi Sore yang terletak di Jalan Jenderal Sudirman No. 96 D Palembang.

##### 1.5.2. Desain Penelitian

Penulisan menggunakan penelitian Deskriptif yang tujuannya adalah untuk

mendeskripsikan atau menggambarkan sesuatu dengan jelas dengan membandingkan teori yang ada dengan kenyataan yang ditemui di lapangan.

### 1.5.3. Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam pembahasan skripsi ini adalah memfokuskan masalah-masalah yang dilakukan oleh Rumah Makan Pagi Sore Sudirman Palembang dalam meningkatkan keunggulan bersaingnya. Sehubungan dengan luasnya pembahasan dalam bidang pemasaran maka penulis hanya membatasi sampai seberapa jauh pelaksanaan strategi Bauran Pemasaran pada perusahaan ini, khususnya menyangkut kebijaksanaan promosi.

### 1.5.4. Metode Penarikan Sampel

Terdapat kurang lebih 7(tujuh) lokasi Rumah Makan Pagi Sore yang ada di kota Palembang. Untuk penulisan ini, yang menjadi obyek penelitian adalah Rumah Makan Pagi Sore Sudirman yang terletak di Jalan Jenderal Sudirman No. 96 D Palembang. Obyek penelitian ini ditentukan dengan cara "*Purposive Sampling Method*" yaitu penentuan obyek penelitian yang ditentukan langsung dan disengaja oleh penulis.

Adapun alasan pemilihan obyek penelitian ini adalah karena mudah dihubungi, lokasi yang strategis sehingga mudah dijangkau oleh penulis, dan faktor lainnya seperti tenaga, biaya dan waktu.

Demikian juga dengan penarikan sampel responden yang ada di dalam Rumah Makan Pagi Sore Sudirman Palembang ini termasuk ke dalam *Purposive Sampling*, yaitu sampel dengan cara mengambil orang - orang terpilih oleh penulis memuat ciri-ciri khusus yang dimiliki oleh sampel. Penulis berusaha agar sampel dapat mewakili segala lapisan populasi. Adapun sampel yang dipilih oleh penulis yaitu manajer Rumah Makan Pagi Sore Sudirman Palembang dan beberapa orang karyawan. Adapun penulis memilih sejumlah sampel yang ada di dalam perusahaan dikarenakan faktor tingkat akurasi data yang diinginkan dan tingkat pengetahuan sampel terhadap keadaan perusahaan.

Untuk obyek perbandingan, penulis menunjuk Rumah Makan Palapa Cabang Veteran. Penentuan ini penulis lakukan secara *Purposive Sampling* dengan pertimbangan merek usaha yang tidak kalah terkenal dan sama-sama memiliki banyak cabang.

#### 1.5.5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah :

##### 1. Riset Pustaka (*Library Research*)

Yaitu pengambilan data dengan mempelajari dan membaca buku-buku literatur yang relevan dengan permasalahan dan mendukung penulisan, juga dari majalah dan bahan yang dipublikasikan.

## 2. Riset Lapangan (*Field Research*)

Yaitu mengumpulkan data dengan jalan mengadakan penelitian langsung ke tempat atau lokasi obyek penelitian, dalam hal ini RM Pagi Sore Sudirman Palembang dengan cara sebagai berikut :

### a. Wawancara

Merupakan teknik pengumpulan data dengan cara bertanya langsung. Disini terjadi tatap muka serta interaksi komunikasi antara pihak peneliti selaku penanya dan responden selaku pihak yang diharapkan memberikan jawaban.<sup>5</sup>

Dalam hal ini, penulis mengadakan kegiatan tanya jawab langsung kepada manajer atau karyawan yang ditunjuk.

### b. Kuesioner

Merupakan seperangkat daftar yang diberikan serangkaian pertanyaan-pertanyaan yang dibuat oleh penyelidik untuk diajukan kepada responden guna mendapatkan data yang diperlukan oleh peneliti.<sup>6</sup>

Disini penulis membuat suatu daftar yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan sehubungan dengan data yang diperlukan kepada responden (dalam hal ini manajer). Daftar pertanyaan ini penulis tinggalkan kepada pihak perusahaan untuk selanjutnya akan dijawab dan diisi sendiri oleh responden.

---

<sup>5</sup> Muhammad Teguh, *Metodelogi Penelitian Ekonomi (Teori dan Aplikasi)*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2001, Hal 135

<sup>6</sup> Muhammad Teguh, *ibid*, Hal 141

### 1.5.6. Metode Analisis

Dalam penulisan skripsi ini, analisa data yang dipakai adalah analisa deskriptif kualitatif yaitu dengan cara menganalisa data yang dikumpulkan melalui pikiran yang obyektif dan dihubungkan dengan teori-teori yang sesuai.



### 1.6. **Sistematika Pembahasan**

Untuk mempermudah pembahasan skripsi ini, maka penulis penulisan skripsi ini ke dalam lima bab, yang terdiri dari :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini, penulis menguraikan apa yang menjadi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Berisikan tentang teori yang berhubungan dengan pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu teori tentang Promotional mix yang terdiri dari periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan, dan publisitas.

### BAB III : KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menguraikan secara umum tentang obyek penelitian yang dalam hal ini Rumah Makan Pagi Sore Sudirman Palembang, antara lain sejarah singkat perusahaan, struktur perusahaan, produk, kebijaksanaan harga, saluran distribusi dan promosi.

### BAB IV : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA RUMAH MAKAN PAGI SORE SUDIRMAN PALEMBANG

Bab ini merupakan yang terpenting dalam pembahasan skripsi, karena dalam bab ini penulis mencoba menguraikan pelaksanaan promosi, evaluasi kegiatan promosi, permasalahan dan hambatan yang dihadapi oleh Rumah Makan Pagi Sore Sudirman Palembang dalam usaha meningkatkan keunggulan bersaing.

### BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah dilakukan pembahasan pada Bab IV, maka pada bab ini dicoba untuk mengambil suatu kesimpulan dari uraian-uraian yang telah dipaparkan, sehingga terlihat secara lengkap apa yang telah terjadi dalam pembahasan. Setelah itu akan diberi saran-saran yang sifatnya membangun sehubungan dengan kesimpulan yang ada, dengan harapan dapat menanggulangi masalah yang dihadapi perusahaan.

## KEPUSTAKAAN

- Angipora, Marius. P, **Dasar-dasar Pemasaran**. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1999.
- Assauri, Sofjan, **Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi**. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1996.
- Boyd, Walker, dan Larreche, **Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global**. Terjemahan Imam Nurmawan, SE. Jilid 2, Erlangga, Jakarta, 2000.
- Chandra, Gregorius, **Strategi dan Program Pemasaran**. Andi-Yogyakarta, Yogyakarta, 2002.
- Cummins, Julian, **Promosi Penjualan**. Terjemahan Heryanto, Bina Rupa Aksara, Jakarta, 1991.
- Farley, AD, **How to Produce Succesfull Advertising**. Terjemahan Agus Pramono, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1997.
- Hasibuan, Malayu S.P, **Organisasi dan Motivasi**. Bumi Aksara, Jakarta, 1996.
- Kotler, Philip, **Dasar-dasar Pemasaran**. Jilid 1, Intermedia, Jakarta, 1987.
- \_\_\_\_\_, **Manajemen Pemasaran**. Jilid 1, PT. Prenhallindo, Jakarta, 1997.
- \_\_\_\_\_, **Manajemen Pemasaran**. Jilid 2, PT. Prenhallindo, Jakarta, 1997.
- Lupioyadi, Rambat, **Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek**. Salemba Empat, Jakarta, 2001.
- Manullang M, **Pengantar Ekonomi Perusahaan**, Liberty, Yogyakarta, 1991.
- Soekresno dan INR. Pendit, **Petunjuk Praktis Pramusaji (food and beverage)**. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1996.
- Stanton, William J, **Prinsip Pemasaran**. Terjemahan Drs. Yohanes Lamarto, MBA, MSM, Jilid 1, Erlangga, Jakarta, 1991.

\_\_\_\_\_, **Prinsip Pemasaran**. Terjemahan Drs. Sadu Sundaru, Jilid 2,  
Erlangga, Jakarta, 1998.

Swastha, Basu, **Azas-azas Marketing**. Liberty, Yogyakarta, 1979.

\_\_\_\_\_, dan Irawan, **Manajemen Perusahaan Modern**. Liberty, Yogyakarta,  
1983.

Teguh, Muhammad, **Metodelogi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi**. PT. Raja  
Grafindo Persada, Jakarta, 2001.