

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DI RESTORAN DARA
HOTEL NEW D'DHAVE**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Tim Penguji Skripsi Jurusan Pariwisata
Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh
Gelara Sarjana Sains Terapan*



Oleh:

**FAKHRI FIRDAUS
NIM. 14135067/ 2014**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DI RESTORAN DARA
HOTEL NEW D'DHAVE**

Nama : Fakhri Firdaus
NIM/BP : 14135067
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata & Perhotelan

Padang, Agustus 2018

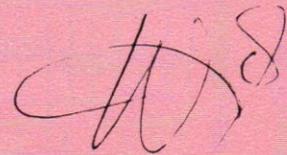
Disetujui oleh :

**Mengetahui, Ketua Jurusan Pariwisata
Fakultas Pariwisata & Perhotelan
Universitas Negeri Padang**



Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd
NIP. 19620530 198803 2 001

Pembimbing



Waryono, S.Pd, MM.Par
NIP. 19810330 200604 1 003

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata

Fakultas Pariwisata&Perhotelan

UniversitasNegeri Padang

Judul : Analisis Strategi Pemasaran Di Restoran Dara Hotel New d'Dhave
Nama : Fakhri Firdaus
NIM/BP : 14135067
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2018

Disetujui oleh :

Tim Penguji

Ketua : Waryono, S.Pd., MM.Par

Anggota : Feri Ferdian, S.ST., MM

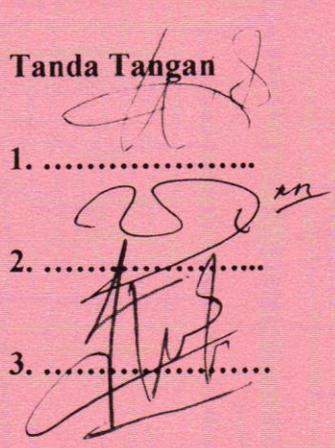
Anggota : Kurnia Illahi Manvi, SST.Par., M.Par

Tanda Tangan

1.

2.

3.



SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fakhri Firdaus

NIM/TM : 14135067/2014

Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan

Jurusan : Pariwisata

Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi saya dengan judul :

“Analisis Strategi Pemasaran Di Restoran Dara Hotel New d’Dhave” adalah benar merupakan hasil karya saya dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di institusi UNP maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,
Ketua Jurusan Pariwisata FPP UNP



Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd
NIP.19620530 198803 2001

Saya yang menyatakan,



Fakhri Firdaus
NIM. 14135067

ABSTRAK

Fakhri Firdaus, 2018: Analisis Strategi Pemasaran Di Restoran Dara Hotel New d'Dhave .

Penelitian ini berawal dari hasil pengamatan pra penelitian peneliti terhadap pemasaran yang belum baik di Restoran Dara Hotel New d'Dhave sehingga menyebabkan turunnya pendapatan Restoran Dara. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan alternatif strategi pemasaran terbaik dengan memperhatikan kondisi lingkungan internal dan eksternal dari Restoran Dara Hotel New d'Dhave.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Hotel New d'Dhave Padang yang beralamat di Jl. Jembatan lama raya, kurao pagang, nanggalo, Padang, Sumatera Barat. Sumber data adalah *Hotel Manager*, *Operational Manager*, pramusaji, dan *Captain restaurant* di Hotel New d'Dhave. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, kusioner dan dokumentasi. Selanjutnya data dianalisis dengan teknik analisis data model Miles-Huberman dengan melakukan tiga tahapan yaitu: reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan dan analisis tiga tahap formulasi strategi dengan tiga tahapan yaitu : masukan, pencocokan dan keputusan.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa kondisi internal memiliki kekuatan utama yaitu memiliki lokasi yang cukup strategis, sedangkan kelemahan utama adalah belum memiliki lift untuk akses ke restoran. Selain itu Kondisi eksternal restoran dara yaitu memiliki peluang utama dari perubahan gaya hidup masyarakat yang konsumtif, Sedangkan ancaman utama adalah tingkat persaingan restoran tinggi. Berdasarkan hasil temuan dan analisis yang telah penulis lakukan alternatif strategi pemasaran restoran dara yaitu meningkatkan variasi produk dengan penganekaragaman menu melalui inovasi produk. Strategi ini dilakukan agar konsumen tidak merasa bosan akan menu makanan yang disediakan. Selain itu peningkatan kualitas pengembangan produk melalui variasi menu dapat meningkatkan nilai penjualan restoran dara.

Kata kunci: Strategi Pemasaran

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya serta kemudahan bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Strategi Pemasaran di Restoran Dara Hotel New d’Dhave**”.

Skripsi ini dibuat untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan pada Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Proses penyusunan proposal hingga selesainya skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ibu Dra. Ernawati, M.Pd, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Ibu Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd, selaku Ketua Jurusan Pariwisata
3. Bapak Waryono, S.Pd, MM.Par selaku ketua prodi manajemen perhotelan dan selaku pembimbing 1 Penulis yang telah meluangkan waktu untuk pemikiran dan pengarahan yang sangat berarti dalam penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Yuliana, SP, M.Si selaku Penasehat Akademik penulis yang telah meluangkan waktu untuk pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Feri Ferdian, SST.MM selaku tim penguji I (satu) ujian skripsi yang telah memberikan kritik dan saran yang konstruktif untuk kesempurnaan skripsi ini.
6. Bapak Kurnia Illahi Marwi, SST.Par.M.par, selaku tim penguji II (dua) ujian skripsi yang telah memberikan kritik dan saran yang konstruktif untuk kesempurnaan skripsi ini.
7. Seluruh Staf Pengajar, Teknisi dan Administrasi pada Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

8. Pimpinan dan Karyawan Hotel New d'Dhave yang telah memberikan kerjasama yang baik kepada penulis pada saat penelitian untuk skripsi ini.
9. Mama dan kakak-kakak tercinta, terima kasih atas doa, dukungan Moril dan Materi yang telah diberikan selama ini.
10. Semua Teman Penulis yang telah memberikan doa dan dukungan ketika penulis membuat skripsi ini
11. Seluruh Rekan-rekan Manajemen Perhotelan angkatan 2014 dan Junior seperjuangan yang telah memberikan dorongan dan doa kepada penulis.
12. Berbagai pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Semoga bantuan yang telah diberikan diberkahi dan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya, penulis juga berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Padang, Juli 2018

Penulis,

Fakhri Firdaus

Nim. 14135067/2014

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Fokus Penelitian	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	9
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori.....	10
1. Konsep Strategis.....	10
2. Konsep Pemasaran.....	10
3. Strategi Pemasaran.....	11
4. Analisis Lingkungan Perusahaan.....	13
5. Restoran.....	28
6. Matriks IFE dan EFE.....	33
7. Analisis SWOT	35
8. Matriks QSPM	36
B. Penelitian Terdahulu	37
C. Kerangka Konseptual	38
D. Pertanyaan Penelitian	39
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	40
B. Tempat dan Waktu Penelitian	40

C. Definisi Operasional Variabel	41
D. Sumber dan Jenis Data	41
1. Sumber Data	41
2. Jenis Data	41
E. Teknik Pengumpulan Data	42
1. Observasi	42
2. Wawancara	42
3. Dokumentasi	43
F. Instrumen Penelitian	43
G. Teknik Analisis Data	44
H. Pengujian Keabsahan Data	57
1. Perpanjangan Pengamatan	57
2. Triangulasi	57
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	58
1. Temuan Umum	58
2. Temuan Khusus	62
B. Pembahasan	87
BAB V. PENUTUP	
A. Kesimpulan	121
B. Saran	122
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN	124

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Kisi-kisi Statistik Room Sold.....	4
2. Kisi-kisi Operasional Variabel Penelitian	44
3. Penilaian bobot faktor internal	47
4. Penilaian bobot faktor eksternal.....	48
5. Matriks IFE	50
6. Matriks EFE	50
7. Matriks SWOT	54
8. Analisis faktor internal	120
9. Analisis faktor eksternal	121
10. Hasil Analisis Matriks IFE	122
11. Hasil Analisis Matriks IFE	124
12. Hasil Analisis Matriks IFE	131

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Gambar Kertas Menu RestoranDara	6
2. Perbandingan pendapatan restoran Dara tahun 2016 dan 2017	6
3. Matriks IE	35
4. Kerangka Konseptual	39
5. Komponen Dalam Analisis Data (<i>interactive model</i>)	44
6. Matriks IE	55
7. Logo New d'Dhave hotel	60
8. Struktur Organisasi di Hotel New d'Dhave Padang.....	62
9. Kondisi restoran dengan lukisan pemandangan	72
10. Kertas Menu Restoran Dara	73
11. Penyimpanan bahan baku kering.....	74
12. Penyimpanan bahan baku basah.....	74
13. Mesin printer bill.....	76
14. Hasil analisis matriks IE.....	127

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah

Perkembangan dunia pariwisata dewasa ini sedang mendapat perhatian dan sorotan yang sangat meningkat terutama di kota Padang. Kota ini merupakan kota kaya akan keindahan alamnya yang memiliki pantai dan gunung-gunung yang menakjubkan seperti Pantai Padang, Pasir Jambak, Pantai Air Manis, Museum Adityawarman, Bukit Gunung Padang dan Jembatan Siti Nurbaya yang banyak diminati oleh wisatawan baik domestik maupun mancanegara untuk melakukan pariwisatanya. Dengan demikian, maka wisatawan memerlukan berbagai kemudahan seperti sarana pengangkutan, tempat makan dan minum, serta tempat menginap bila perjalanan makan waktu lebih dari 24 jam. Maka dimunculkanlah berbagai jenis transportasi, rumah makan, biro perjalanan, rekreasi dan akomodasi.

Akomodasi merupakan suatu yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan seperti penginapan atau tempat tinggal sementara bagi orang yang berpergian salah satunya yaitu hotel. Menurut *Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2014 Pasal 1*, "hotel adalah penyediaan akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan dan fasilitas lainnya secara harian

dengan tujuan memperoleh keuntungan”. Hotel memiliki fasilitas untuk menunjang kegiatan operasional, salah satunya yaitu restoran. Restoran adalah sebagai salah satu ruangan yang menyediakan pelayanan makanan dan minuman yang ada di hotel.

Menurut Soekresno (2001: 16) “restoran adalah suatu usaha komersial yang menyediakan jasa pelayanan makan dan minum bagi umum dan dikelola secara profesional”. Restoran di hotel merupakan restoran untuk para tamu, baik yang menginap di hotel maupun dari luar hotel tersebut. Karena restoran merupakan salah satu sumber pendapatan terbesar dari sektor penjualan setelah penjualan kamar, oleh sebab itu diupayakan agar pelayanan dan suasana di restoran mampu menciptakan suasana yang diinginkan tamu, yaitu suasana relaks disertai dengan pelayanan yang prima. Untuk mendatangkan tamu di restoran tentu harus melakukan strategi pemasaran yang baik. Strategi pemasaran merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam bisnis perhotelan. Keberhasilan penjualan produk hotel tergantung pada usaha pemasaran, namun juga tanpa mengabaikan faktor-faktor lain yang mendukung. Strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada pasar sasaran. Menurut Assauri (2011: 168) “ Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan dapat tercapainya tujuan

pemasaran suatu perusahaan”. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha perusahaan terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Oleh karena itu, menurut Assauri (2011) Penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisis lingkungan (eksternal) meliputi lingkungan mikro yaitu keadaan pasar dan lingkungan makro yaitu ekonomi, sosial, teknologi, dan politik. Sedangkan analisis internal perusahaan meliputi pasar dan pemasaran, produksi dan sumber daya manusia melalui analisis kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) perusahaan, serta analisis kesempatan (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya.

New d’Dhave Hotel adalah salah satu Hotel berbintang dua yang ada di Padang. Hotel ini berdiri sejak 2016 dan baru berumur 2 tahunan, yang memiliki misi menciptakan hotel *low budget* namun tetap memberikan *service* yang baik untuk membuat tamu yang datang ke hotel nyaman mungkin. New d’Dhave Hotel memiliki fasilitas berupa akses internet, tempat parkir, laundry. Layanan antar jemput bandara dan restoran. Pada tabel 1, dapat dilihat jumlah tamu yang menginap di New d’Dhave hotel pada tahun 2016 mencapai 7983 orang, sedangkan pada tahun 2017 mencapai 10.621 orang.

Tabel 1. Kisi-kisi Statistik Room Sold

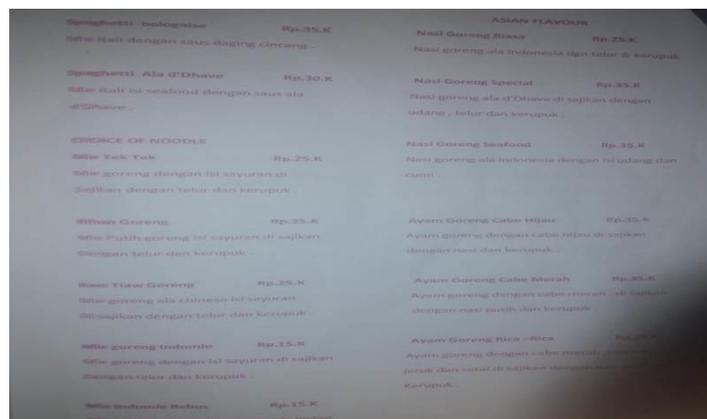
<i>Year</i>	<i>Room Sold</i>	<i>Occupancy</i>	<i>Guest Count</i>
2016	3982	54,67%	7983
2017	5320	57,88%	10621

Sumber :New d'Dhave Hotel

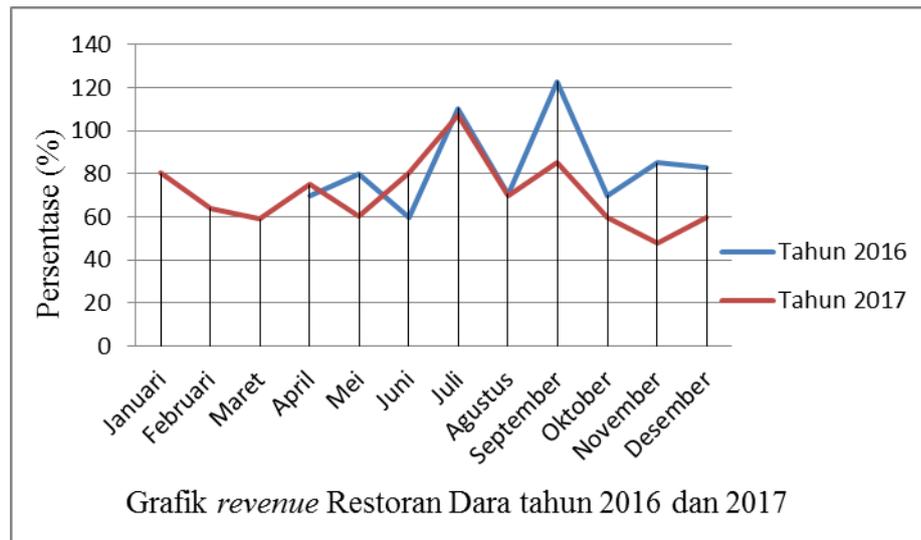
New d'Dhave hotel mempunyai satu restoran yang diberi nama Restoran *Darayang* menyediakan *ala carte menu* dan *buffet menu* dengan jenis makanan *indonesian*, *western* dan *traditional* dengan menu unggulan *Bebek Kalio Bakar*. Restoran ini memiliki kapasitas 60 kursi yang dibagi menjadi dua bagian, yaitu 30 kursi untuk *smoking area* dan 30 untuk *no smoking area*. Restoran Dara terletak di lantai paling atas sehingga pengunjung yang datang bisa melihat pemandangan indah ke arah sungai, dan restoran ini memiliki dekorasi unik berupa hiasan lukisan-lukisan dinding serta memiliki fasilitas AC, *smoking area*, dan *rest room*.

Tingkat persaingan usaha antar usaha makanan dan minuman di Kota Padang semakin tinggi. Hal ini menyebabkan adanya penurunan penjualan pada restoran dara, penurunan penjualan terlihat dari turunnya pendapatan yang diterima Restoran Dara khususnya pada hari-hari kerja. Berdasarkan wawancara dengan Hotel manager New d'Dhave hotel penurunan penjualan yang dialami dikarenakan tamu-tamu yang menginap memilih mengkonsumsi makanan di luar hotel khususnya di rumah makan lamun ombak, rumah makan lubuk idai, restoran aroma kitchen atau di restoran-restoran cepat saji. Oleh karena itu Hotel

manager New d'Dhave hotel khawatir penjualan produk-produk restoran Dara semakin lama akan semakin menurun, sehingga akan mempengaruhi pendapatan yang diterima serta target yang ditetapkan tidak tercapai. Hotel manager New d'Dhave hotel berkeinginan restoran dara akan dapat bersaing dengan kafe, restoran dan rumah makan tradisional maupun modern yang semakin banyak bermunculan dikota Padang. Berdasarkan wawancara penulis dengan karyawan New d'Dhave hotel, restoran dara yang berada dilantai 3 merupakan salah satu turunnya pendapatan restoran dikarenakan New D'dhave Hotel belum memiliki lift untuk akses tamu menuju ke kamar maupun ke restoran. Berdasarkan pra penelitian penulis melihat kertas menu yang di berikan pada tamu tidak diberikan hiasan, hanya berupa kertas putih kosong biasa seperti pada gambar.1 dan *grooming* pramusaji di restoran dara tidak menampilkan seorang pramusaji karena masih ada yang berkumis serta pihak New D'dhave Hotel juga tidak menyediakan seragam untuk karyawan dalam melakukan kegiatan operasional.



Gambar 1. Kertas menu Restoran Dara



Gambar2.Perbandingan pendapatan restoran Dara tahun 2016 dan 2017

Sumber :Restoran Dara New d'Dhave Hotel

Pada gambar 1 dijelaskan bahwa pendapatan Restoran Dara mengalami penurunan secara fluktuatif pada tahun 2017 jika dibandingkan dengan pendapatan yang diterima restoran Dara di tahun 2016. Hal ini berdampak terhadap adanya penurunan keuntungan yang diperoleh restoran. Padahal pada bulan juli 2016, september 2016 dan juli 2017 pendapatan restoran Dara mengalami pencapaian melebihi target yang ditetapkan. Namun pada akhir tahun 2017 Restoran Dara terus mengalami penurunan pendapatan dan selalu tidak mencapai target yang ditetapkan. Oleh karena itu diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan, pendapatan restoran dara dan target yang ditetapkan tercapai serta menciptakan posisi terbaik. Keberhasilan strategi pemasaran merupakan kunci bagi pengembangan usaha. Strategi pemasaran terdiri dari analisis lingkungan internal perusahaan dan analisis lingkungan eksternal perusahaan yang mempunyai pengaruh

sangat besar dalam menentukan keberhasilan suatu usaha. Strategi pemasaran yang baik dari suatu restoran dapat membuka peluang untuk terus berkembang sehingga dapat mencapai tujuan perusahaannya itu meningkatkan penjualan dan memuaskan konsumen.

Berdasarkan pokok permasalahan diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang bagaimana pemasaran di restoran di New d'Dhave Hotel, oleh sebab itu penulis memberi judul penelitian ini adalah **“Analisis Strategi Pemasaran Restoran Dara di New d'Dhave Hotel”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya maka peneliti mendapatkan identifikasi masalah antara lain yaitu:

1. Strategi pemasaran yang belum baik di restoran dara sehingga terjadinya penurunan pendapatan restoran pada tahun 2017 dan tidak tercapainya target pendapatan yang ditetapkan di restoran dara.
2. Tamu hotel lebih memilih makan di luar hotel seperti di rumah makan lamun ombak, rumah makan lubuk idai, restoran aroma kitchen atau di restoran-restoran cepat saji.
3. Restoran Dara berada di lantai tiga sedangkan New D'dhave Hotel belum memiliki lift untuk akses tamu menuju ke kamar maupun ke restoran.
4. Kertas menu di restoran dara yang tidak diberikan hiasan, hanya berupa kertas putih kosong biasa.

C. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya maka penelitian ini akan di fokuskan pada menentukan alternatif strategi pemasaran Restoran Dara di New d'Dhave Hotel.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian, maka perumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimanakah kondisi lingkungan internal dan eksternal yang dihadapi Restoran Dara?
2. Bagaimanakah alternatif strategi pemasaran yang tepat bagi restoran dara?

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan dari penelitian yang di lakukan ini adalah untuk menentukan alternatif strategi pemasaran oleh restoran Dara New d'Dhave Hotel.

2. Tujuan Khusus

Tujuan khusus penelitian ini adalah:

- a. Menganalisis kondisi lingkungan internal dan eksternal yang dihadapi Restoran Dara
- b. Merumuskan alternatif strategi pemasaran terbaik dengan memperhatikan kondisi lingkungan internal dan eksternal restoran Dara New d'Dhave Hotel

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini di harapkan berguna sebagai masukan bagi:

1. Perusahaan

Penelitian diharapkan memberikan masukan dan pertimbangan alternative terbaik dalam meningkatkan pemasaran Restoran Dara di New d'Dhave Hotel.

2. Bagi Jurusan Pariwisata

Menambah dan memperkaya penelitian di UniversitasNegeri Padang, khususnya pada Jurusan Pariwisata Program Studi Manajemen Perhotelan tentang analisis strategi pemasaran restoran.

3. Peneliti berikutnya

Sebagai bahan pedoman, bahan perbandingan, penambahan ilmu pengetahuan ataupun studi kepustakaan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

4. Penulis

Meningkatkan ilmu pengetahuan yang telah dimiliki penulis di bangku kuliah dan sebagai syarat untuk menyelesaikan Diploma Empat Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.