

**PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PADA RUMAH
MAKAN DI WILAYAH CILIWUNG KOTA MALANG**

SKRIPSI



**Oleh
HABIBILLAH
NIM : 10510125**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2014**

***PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PADA RUMAH MAKAN
DI WILAYAH CILIWUNG KOTA MALANG***

SKRIPSI

Diajukan Kepada :

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh
HABIBILLAH
NIM : 10510125

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2014**

LEMBAR PERSETUJUAN

***PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PADA RUMAH MAKAN
DI WILAYAH CILIWUNG KOTA MALANG***

SKRIPSI

Oleh

**HABIBILLAH
NIM : 10510125**

Telah Disetujui 12 September 2014
Dosen Pembimbing,

**M. Fatkhur Rozi, SE., MM
NIP 197601182009011003**

Mengetahui :
Ketua Jurusan,

**Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei
NIP 197507072005011005**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PADA RUMAH
MAKAN DI WILAYAH CILIWUNG KOTA MALANG**

SKRIPSI

Oleh
Habibillah
NIM : 10510125

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada 19 September 2014

Susunan Dewan Penguji

- | | Tanda Tangan : |
|--|--------------------------------|
| 1. Ketua Penguji

<u>Dr. H. Mashuri, MP</u> |

() |
| 2. Dosen Pembimbing/Sekretaris
<u>M. Fatkhur Rozi, SE., MM</u>
NIP 19760118 200901 1003 |

() |
| 3. Penguji Utama
<u>Dr. H. Salim Al Idrus. MM., M.Ag</u>
NIP 19620115 199803 1001 |

() |

Mengetahui :
Ketua Jurusan,

Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei
NIP. 197507072005011005

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Habibillah
NIM : 10510125
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:

PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PADA RUMAH MAKAN DI WILAYAH CILIWUNG KOTA MALANG

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain. Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 12 September 2014

Hormat Saya,

Habibillah

NIM : 10510125

HALAMAN PERSEMBAHAN

LAHAULA WALAQUWWATA ILLABILLAH. SUBHANALLAH,
ALHAMDULLLAH . .

Bukan pelangi namanya jika hanya ada warna merah. Bukan hari namanya jika hanya ada siang yang panas. Semua itu adalah warna hidup yang harus dijalani dan dinikmati. Meski terasa berat, namun manisnya hidup justru akan terasa, apabila semuanya bisa dilalui dengan baik.

Kupersembahkan karya kecil ini untuk cahaya hidup, yang senantiasa ada saat suka maupun duka, selalu setia mendampingi, saat kulemah dan tak berdaya. The best parents ever, Bapak Moh. Da'i dan Ibu Raudah, terima kasih untuk limpahan kasih sayang yang tak pernah terbendung, doa, semangat dan restu kalian berdua. Maaf jika baru ini yang bisa Habibi berikan untuk ibu dan bapak.

Untuk Bapak Abah Acil Satuki dan Ibu Mahmudah yang selalu memberikan dukungan lahir & batin, serta berkenan memberikan saya tumpangan tempat selama study di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Untuk Keluarga Besar Sate ABAH ACIL Kota Malang.

MOTTO

*Boleh Jadi Kamu Membenci Sesuatu, Padahal Ia
Amat Baik Bagimu, Dan Boleh Jadi (Pula) Kamu
Menyukai Sesuatu, Padahal Ia Amat Buruk Bagimu;
Allah Mengetahui, Sedang Kamu Tidak Mengetahui
(Al-Baqarah: 216)*

KATA PENGANTAR



Segala puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Penerapan strategi pemasaran pada Rumah Makan di Wilayah Ciliwung Kota Malang”

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Din al-Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M.Si., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
2. Bapak Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
3. Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. M. Fatkhur Rozi SE., MM., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan bersedia mendengarkan kegelisahan penulis di detik-detik mendekati sidang proposal maupun skripsi dan atas nasehat yang bapak berikan sehingga saya dapat lebih fokus sampai selesainya skripsi ini.
5. Para Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, yang telah memberikan ilmu dan semangatnya sebagai bekal untuk meraih cita-cita dan kesuksesan bagi penulis
6. Orang tua terhebat sepanjang masa, Bapak Moh. Da’i dan Ibu Raudah serta Paman Satuki dan Bibik Mahmudah yang telah memberikan dorongan dan

motivasi, doa restu, serta nasehat-nasehat dengan kasih sayang hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

7. Adik - Adikku, Fajar Islam dan Laila Ulfatul Masruroh, alhamdulillah akhirnya makhluk tuhan paling garang ini wisuda juga.
8. Bapak Isnan selaku ketua cabang Rumah Makan Sepesial Sambal “SS” dan Bapak Imam Syafii selaku Supervisor Rumah Makan bebek H. Slamet cabang Ciliwung Malang yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
9. Para Guru. Kh. Yunus. Ar, Bapak Shadik Ramli. M.Pdi, Bapak Makin. M.Pdi, Bapak Abd. Wahid. M.Pdi, dan Ibu Fitriyah. S. Sos (Dosen Wali) yang tak bosannya memberikan do’a restu serta nasehat- nasehat positif kepada penulis.
10. Makhluk tuhan istimewa, Mbak Finta Maha Octora yang selalu menyemangati untuk segera menyelesaikan skripsi ini, tak lupa juga sahabat E’eng/ M Shaleh dan Efsir Rasek yang selalu memberikan kata-kata indah untuk penulis rumuskan terlebih dahulu sebelum di konsumsi :D.
11. Sahabat Farizal Adzim yang selalu memberikan motivasi jiwa dan fasilitas Kos’an :D cepet nyusul. Sahabat Moh Ilham yang selalu ada ketika penulis bermasalah dengan alat elektronik.. :D. Sahabat Dwi Nur Khilmi yang selalu memotivasi untuk memulai mengerjakan semua ini. Dan tak lupa Sahabat Mohammad Ridho yang sedang sibuk dengan aktivis dan romantisnya :D.
12. Sahabat – Sahabat/i PMII Rayon Ekonomi Moch. Hatta yang telah mengizinkan penulis untuk berproses dan belajar tentang hitam putihnya kehidupan. Tak lupa sahabati Nur Aziza yang telah mengajarkan kepada penulis tentang arti sebuah keiklasana, ketulusan dan pengorbanan. ☺ Sahabtai Citra Putri Subhi, Bilqis Rahmatul Umah, Mirzha Natalia dan Vikriah, Suci Palasari dan Gresni, trimakasih bnyak atas do’a dan motivasinya sahabat2/i.
13. Pengurus Rayon Sakera, Tan Tretan, M. Sayri, Kholis, Nur Kholis, Fergiawan Akbar, cepat nyusul jangan ngurusi kontrakan terus :D. Tretan Muhni dan Haris.

14. Cacak Nurul Huda yang selalu menjadi dokter PC ketika laptop penulis lagi tidak enak badan. :D. Lailatul Fitria yang sudah memberikan pinjaman almamater untuk penulis ikut sidang :D
15. Teman-teman Mahasiswa Jurusan Manajemen Angkatan 2010, ucapan maaf dan terimakasih saya sampaikan atas segala suka dan duka yang kita lewati bersama selama dibangku kuliah.
16. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amin ya Robbal ‘Alamin..

Malang, 12 September 2014
Penulis,

Habibillah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Batasan Penelitian	13
BAB II Kajian Pustaka	
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Landasan Teori	20
2.2.1 Konsep Strategi	20
A. Devinisi Strategi.....	20
B. Ciri-Ciri Strategi yang Baik	24
C. Faktor-Faktor Kegagalan dalam Strategi	26
2.2.2 Konsep Pemasaran	28
A. Devinisi Pemasaran	28
B. Integrasi Konsep Pemasaran	32
2.2.3. Strategi Pemasaran	35
A. Macam-Macam Strategi Pemasaran	35
BAB III Metode Penelitian	
3.1 Lokasi Penelitian	49
3.2 Jenis Dan Pendekatan Penelitian	50
3.3 Data Dan Jenis Data	51
3.4 Subjek Penelitian.....	53
3.5 Teknik Pengumpulan Data	54
3.6 Instrumen Penelitian	58

3.7 Model Analisis Data	59
-------------------------------	----

BAB IV Paparan Dan Pembahasan Data Hasil Penelitian

4.1 Profil Perusahaan.....	63
4.1.1 Sejarah Rumah Makan Spesial Sambel Malang	63
4.1.2 Sejarah Ruman Makan Bebek H. Slamet Malang.....	67
4.2 Paparan Dan Pembahasan Data Hasil Penelitian	71
4.2.1 Penerapan Strategi Segmentasi	72
4.2.2 Penerapan Strategi Targeting	78
4.2.3 Penerapan Strategi Positioning	80

BAB V Penutup

4.1 Kesimpulan.....	86
4.2 Saran	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Perkembangan UKM Periode 1997-2012	3
Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2.2 : Persamaan dan Perbedaan dengan PenelitianTerdahulu.....	17
Tabel 3.1 : Konteks Wawancara	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 : Struktur Organisasi Rumah Makan Bebek H. Slamet Cabang Ciliwung Malang 2014.....	71
Gambar 4.2 : Data Responden Konsumen Rumah Makan “SS”	74
Gambar 4.3 : Data Responden Konsumen Rumah Makan Bebek H. Slamet	75

ABSTRAK

Habibillah. 2014. Skripsi. Judul: “Penerapan Strategi Pemasaran Pada Rumah Makan Di Wilayah Ciliwung Kota Malang”

Pembimbing : M. Fatkhur Rozi, SE., MM

Kata Kunci : Segmentasi, Targeting, Positioning

Strategi Pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran. Salah satu strategi pemasaran yang dapat diterapkan adalah strategi segmentasi, targeting, dan positioning. Fokus dan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran yang di gunakan oleh para pengusaha kuliner yang ada di sekitar Wilayah Ciliwung Kota Malang.

Penelitian ini dilakukan di rumah makan “SS” Cabang Ciliwung dan rumah makan Bebek H. Slamet Cabang ciliwung. Penelitian ini menggunakan wawancara dan pengamatan di lapangan. Data yang digunakan berupa kata-kata dan tindakan sebagai sumber primer, sedangkan dokumentasi atau catatan yang tertulis di lapangan sebagai sumber sekunder.

Hasil yang diperoleh pada penelitian ini menyatakan bahwa strategi segmentasi, targeting, dan positioning yang telah diterapkan oleh rumah makan tersebut telah sesuai dengan yang diharapkan. Serta semua strategi-strategi yang dilakukan oleh masing-masing rumah makan tersebut dilakukan manajemen dalam rangka memberikan kepuasan kepada konsumennya. Strategi dipilih sesuai dengan kondisi rumah makan, kebutuhan konsumen dan tujuan rumah makan. Oleh karenanya, strategi antara rumah makan “SS” dengan rumah makan “bebek H. Slamet” tidak sama. Namun strategi tersebut telah efektif dalam rangka mencapai tujuan dari rumah makan tersebut yaitu meningkatkan penjualan produknya.

ABSTRACT

Habibillah. Thesis 2014. Title: "Implementation of Marketing Strategy In Territory Ciliwung Eating In Malang"

Supervisor: M. Fatkhur Rozi, SE., MM

Keywords: Segmentation, Targeting, Positioning

Marketing strategy is the marketing mindset that will be used to achieve marketing objectives. Marketing strategy contains specific strategies for target markets, the determination of position, size of the marketing mix and marketing expenditure. One of the marketing strategy is a strategy that can be applied to segmentation, targeting, and positioning. The focus and goal of this research is to investigate the implementation of marketing strategies used by culinary entrepreneurs around the region Ciliwung Malang.

This research was conducted in the house to eat "SS" Branch Ciliwung and home feeding the ducks H. Slamet Branch Ciliwung. This study used interviews and observations in the field. The data used in the form of words and actions as a primary source, while the documentation or notes written in the field as a secondary source.

The results obtained in this study stated that the strategy of segmentation, targeting, and positioning that has been applied by the diner has been as expected. As well as all of the strategies undertaken by the respective management of the restaurant is done in canoes to give satisfaction to their customers. The strategy chosen in accordance with the conditions of the restaurant, the needs of consumers and destination restaurants. Therefore, the strategy of eating houses "SS" to the restaurant "duck H. Slamet" is not the same. However, these strategies have been effective in order to achieve the objectives of the restaurant is to increase sales of its products.

الملخص

حبيب الله .أطروحة عام 2014 .عنوان " :تنفيذ استراتيجية التسويق في الأراضي Ciliwung الأكل في مالانج "

المشرف :محمد Fatkhur روزي، SE، MM

كلمات البحث :تجزئة والاستهداف وتحديد المواقع

استراتيجية التسويق هو عقلية التسويق التي سيتم استخدامها لتحقيق الأهداف التسويقية .تتضمن استراتيجية التسويق استراتيجيات محددة للأسواق المستهدفة، وتحديد الموقف، وحجم الإنفاق المزيج التسويقي والتسويق .واحدة من استراتيجيات التسويق هي الاستراتيجية التي يمكن تطبيقها على تجزئة، والاستهداف، وتحديد المواقع .التركيز والهدف من هذا البحث هو دراسة تنفيذ استراتيجيات التسويق التي يستخدمها أصحاب المشاريع الطهي في جميع أنحاء المنطقة Ciliwung مالانج . وقد أجريت هذه الدراسة في المنزل لتناول الطعام "SS" فرع Ciliwung المنزل وتغذية البط . H. سلامت فرع Ciliwung استخدمت هذه الدراسة المقابلات والملاحظات في هذا المجال . البيانات المستخدمة في شكل الكلمات والأفعال كمصدر أساسي، في حين أن وثائق أو مذكرات مكتوبة في مجال كمصدر ثانوي .

ذكرت النتائج التي تم الحصول عليها في هذه الدراسة أن كانت استراتيجية تجزئة، وكذلك جميع .والاستهداف، وتحديد المواقع التي تم تطبيقها من قبل العشاء كما هو متوقع الاستراتيجية .الاستراتيجيات التي تقوم بها إدارة كل من المطعم ويتم في الزوارق على إرضاء عملائها ولذلك، فإن استراتيجية .المختارة وفقا للشروط المطعم، احتياجات المستهلكين والمطاعم الوجهة ومع ذلك، فإن هذه .ليست هي نفسها "سلامت H.البطة " لمطعم "SS" الأكل المنازل .الاستراتيجيات فعالة من أجل تحقيق أهداف المطعم هو زيادة مبيعات منتجاتها

