



**STRATEGI PEMASARAN USAHA KULINER KOBER MIE SETAN JALAN  
KARIMATA No.67 KOTA JEMBER**

**SKRIPSI**

Oleh

**Siti Maria Ulfa  
NIM 110210301071**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2015**



**STRATEGI PEMASARAN USAHA KULINER KOBER MIE SETAN JALAN  
KARIMATA No.67 KOTA JEMBER**

**SKRIPSI**

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Ekonomi (S1)  
dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh :

**SITI MARIA ULFA  
NIM 110210301071**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2015**

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada orang-orang yang selama ini mendukung saya, memberi Do'a, semangat, motivasi serta kasih sayang sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini:

1. Kedua orang tuaku tercinta yaitu Ibu Sholeka dan Bapak Satuki terima kasih atas segala Doa, pengorbanan, kesabaran, motivasi, kasih sayang yang diberikan;
2. Adik-adiku tersayang Nur Diana Arofah dan Siti Nur Hidayati yang selalu memberikan perhatian, motivasi dan semangat yang diberikan untuk keberhasilan studiku selama ini;
3. Yang kuhormati guruku sejak TK hingga Perguruan Tinggi, terima kasih telah memberikan ilmu yang bermanfaat dengan penuh kesabaran dan keikhlasan;
4. Almamater yang kubanggakan Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember sebagai tempat menimba ilmu.

**MOTTO**

*“Dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu tentang Aku, maka (jawablah), bahwasannya Aku adalah dekat. Aku mengabulkan permohonan orang yang berdo'a apabila ia memohon kepada-Ku, maka hendaklah mereka itu memenuhi (segala perintah)Ku dan hendaklah mereka beriman kepada-Ku, agar mereka selalu berada dalam kebenaran”.*

*(QS. Al Baqarah: 186)\**

*“Aku mengamati semua sahabat, dan tidak menemukan sahabat yang lebih baik daripada menjaga lidah. Saya memikirkan tentang semua pakaian, tetapi tidak menemukan pakaian yang lebih baik daripada takwa. Aku merenungkan tentang segala jenis amal baik, namun tidak mendapatkan yang lebih baik daripada memberi nasihat baik. Aku mencari segala bentuk rezki, tapi tidak menemukan rezki yang lebih baik daripada sabar”.*

*(Khalifah 'Umar)\*\**

*“Tidak ada keberhasilan tanpa Kerja Keras, Keuletan, Kegigihan, dan Kedisiplinan. Hal itu juga harus dibarengi dengan sikap Pantang Menyerah dan Tidak Cepat Putus Asa”.*

*(Chairul Tanjung\*\*\*)*

---

*\*)*<http://www.alquran.asia/2012/08/surat-al-baqara.html>

*\*\*\*)*<http://id.harunyahya.com/bilgi/words-of-wisdom>

*\*\*\*\*)*<http://idquote.info/tokoh/c/chairul-tanjung>

**PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SITI MARIA ULFA

NIM : 110210301071

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul “Strategi Pemasaran Usaha Kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 4 September 2015  
Yang menyatakan,

Siti Maria Ulfa  
NIM 110210301071

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**STRATEGI PEMASARAN USAHA KULINER KOBER MIE SETAN JALAN  
KARIMATA NO.67 KOTA JEMBER**

**SKRIPSI**

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Ekonomi (S1)  
dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh:

Nama : Siti Maria Ulfa  
NIM : 110210301071  
Angkatan Tahun : 2011  
Tempat, Tanggal Lahir : Lumajang, 18 Februari 1993  
Jurusan/Program : P. IPS/P. Ekonomi

Disetujui oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Joko Widodo, M.M  
NIP. 19600217 198603 1 003

Drs. Pudjo Suharso, M.Si  
NIP. 19591116 198601 1 001

**PENGESAHAN**

Skripsi berjudul “Strategi Pemasaran Usaha Kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember” telah di uji dan disahkan oleh Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember pada :

Hari, Tanggal : 4 September 2015

Tempat : Gedung I Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua

Sekretaris,

Drs. Joko Widodo, M.M  
NIP. 19600217 198603 1 003

Drs. Pudjo Suharso, M.Si  
NIP. 19591116 198601 1 001

Anggota I,

Anggota II,

Drs. Umar HMS, M.Si  
NIP. 19621231 198802 1 001

Hety Mustika Ani, S.Pd, M.Pd  
NIP. 19800827 200604 2 001

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Jember

Prof. Dr. Sunardi, M.Pd  
NIP. 19540501 198303 1 005

## RINGKASAN

**Strategi Pemasaran Usaha Kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember**; Siti Maria Ulfa; 110210301071; 2015: 54 Halaman; Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Perkembangan usaha kuliner yang begitu pesat, memunculkan usaha kuliner dengan berbagai macam jenis variasi menu masakan. Kota Jember kini menjadi pilihan pengusaha dalam berwirausaha dibidang kuliner. Mendirikan usaha di pusat Kota Jember dengan dikelilingi berbagai macam kampus dan sekolah tentu menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember merupakan usaha kuliner yang berdiri pada tanggal 20 Agustus 2014. Kober Mie Setan merupakan usaha kuliner dengan sistem kemitraan usaha atau bagi hasil antara pemilik Kober Mie Setan pusat BP 50 tahun dengan investor area Jember AZW 43 tahun. Kober Mie Setan adalah bisnis kuliner yang menawarkan varian produk mie, dimsum dan berbagai macam minuman. Suatu usaha tentunya menginginkan usahanya mengalami perkembangan, berkembangnya bisnis sangat erat kaitannya dengan strategi yang digunakan. Strategi tersebut harus sesuai dengan permasalahan suatu usaha. Salah satu usaha kuliner dengan sistem kemitraan usaha menginginkan usahanya mengalami perkembangan adalah Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember, yang dijadikan sebagai tempat penelitian, karena usaha ini bisa dikatakan sebagai usaha baru yang memiliki banyak pesaing bisnis sejenis. Bisnis ini harus mampu bertahan dan mengembangkan usahanya sehingga dapat bersaing dengan usaha lain yang sejenis.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi pemasaran yang dilakukan pada usaha kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Tempat penelitian ditentukan dengan menggunakan metode *purposive area* yang dilaksanakan di Kober Mie Setan Jalan



Karimata No.67 Kota Jember. Analisis data dalam penelitian ini terdiri dari reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember menerapkan strategi pemasaran. Adapun strategi pemasaran yang dilakukan oleh Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember adalah strategi produk, strategi tempat, strategi harga, dan strategi promosi.

Strategi produk dalam Kober Mie Setan yaitu melakukan inovasi dan variasi produk dari masa ke masa dengan menambah produk baru demi berkembangnya usaha. Strategi tempat yaitu pemilihan tempat usaha berada di lokasi yang strategis, aman dan nyaman bagi konsumen. Strategi harga merupakan penetapan harga dengan mempertimbangkan harga bahan baku, harga produk pesaing, dan harga yang ditetapkan sesuai dengan target konsumen yang dituju yaitu kalangan pelajar, mahasiswa atau keluarga. Strategi promosi berupa pembagian kupon pada saat awal pembukaan Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember. Promosi melalui *internet* seperti *website*, situs jejaring sosial, selain itu promosi dilakukan dengan mengikuti *event-event* tertentu, dan promosi melalui (*gethuk tular*) yang dilakukan oleh konsumen dengan konsumen baru lainnya. Melalui strategi pemasaran yang dilakukan maka pasar yang dikuasai oleh Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember semakin meluas dengan diikuti konsumen yang terus bertambah, laba yang diperoleh meningkat, serta konsumen merasa puas dengan pelayanan Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.

## PRAKATA

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Swt. atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Usaha Kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S-1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Sunardi, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember;
2. Dr. Sukidin, M.Pd, selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember;
3. Titin Kartini, S.Pd, M.Pd, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Drs. Joko Widodo, M.M, selaku Dosen Pembimbing I, dan Drs. Pudjo Suharso M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan meluangkan waktunya dalam penulisan skripsi ini;
5. Drs. Umar HMS, M.Si, selaku Dosen Penguji I dan Hety Mustika Ani, S.Pd, M.Pd, selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan kritik dan saran dalam penulisan skripsi ini;
6. Hety Mustika Ani, S.Pd, M.Pd, selaku Dosen Pembimbing Akademik Program Studi Pendidikan Ekonomi;
7. Ibu Dewi Karina (manajer Kober Mie Setan area Jember yang lama), Bapak Puji (manajer Kober Mie Setan area Jember yang baru), Siti Kholifatus Sakdiah (karyawan Kober Mie Setan area Jember bagian kasir), Arda Iqfuria (konsumen

Kober Mie Setan area Jember) yang turut membantu dalam pengumpulan data skripsi ini;

8. Sahabat-sahabat terbaikku (Mohammad Arief Setiawan, Dian Arum Ruslestari, Latifa Milatul Islami, Rizna Widarsih, Novica Afriana, Ridwan, Upin, Risyah dan Dian Ika) terima kasih sudah senantiasa ada disaat suka maupun duka;
9. Teman-teman Kos Jalan Jawa 2b No.16 (Yuris, Luluk, Sely, Nova, Dian, Dita, Meme, Nadia dan Husnia) terima kasih untuk kebersamaan yang tidak akan terlupakan;
10. Bapak Atim selaku pemilik Kos Jalan Jawa 2b No.16 terima kasih untuk keramahan, fasilitas dan kenyamanan yang disediakan selama menjadi anak kos;
11. Teman-teman Pendidikan Ekonomi angkatan 2011, terima kasih atas kebersamaan yang kalian berikan.
12. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terima kasih untuk kalian semua.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis juga berharap semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak di kemudian hari, Amin.

Jember, 4 September 2015

Penulis

**DAFTAR ISI**

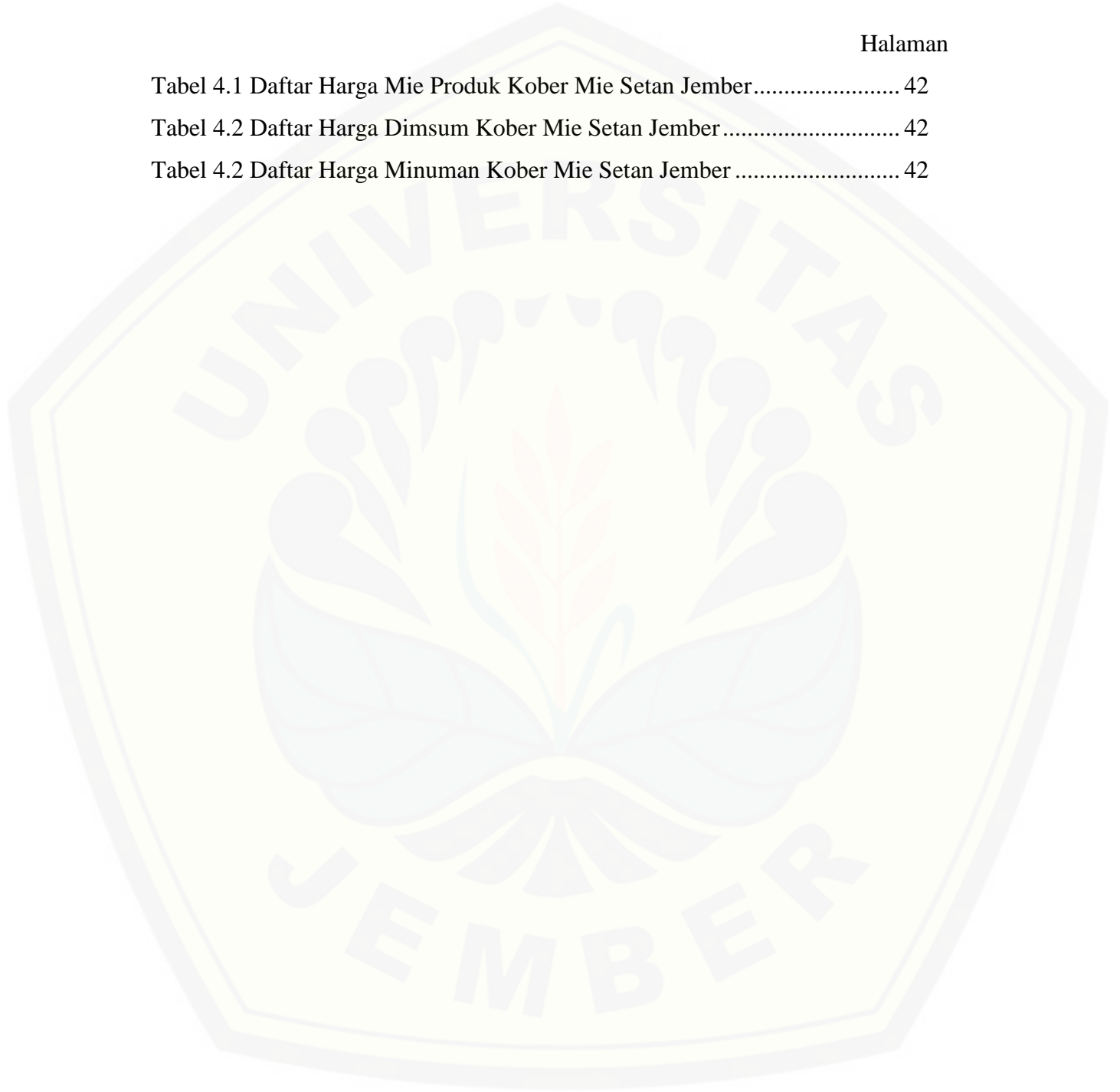
	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>PRAKATA.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DENAH LOKASI PENELITIAN.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>4</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>4</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>5</b>
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
<b>2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>6</b>
<b>2.2 Teori Pemasaran.....</b>	<b>7</b>
<b>2.2.1 Landasan Teori Pemasaran.....</b>	<b>7</b>
<b>2.3 Teori Strategi Pemasaran .....</b>	<b>8</b>
2.3.1 Strategi Produk .....	9
2.3.2 Strategi Tempat .....	10
2.3.3 Strategi Harga .....	11

2.3.4 Strategi Promosi .....	13
<b>2.4 Landasan Teori Kemitraan Usaha.....</b>	<b>14</b>
2.4.1 Azas dan Prinsip Kemitraan Usaha .....	16
2.4.2 Tujuan Kemitraan Usaha .....	16
2.4.3 Manfaat Kemitraan Usaha .....	16
2.4.4 Ukuran Keberhasilan Kemitraan Usaha .....	17
<b>2.5 Landasan Teori Usaha Kuliner .....</b>	<b>18</b>
<b>2.6 Kerangka Berpikir .....</b>	<b>21</b>
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>22</b>
<b>3.1 Rancangan Penelitian.....</b>	<b>22</b>
<b>3.2 Lokasi Penelitian.....</b>	<b>22</b>
<b>3.3 Subjek dan Informan Penelitian .....</b>	<b>23</b>
<b>3.4 Definisi Operasional Konsep .....</b>	<b>23</b>
3.4.1 Strategi Produk .....	23
3.4.2 Strategi Tempat.....	23
3.4.3 Strategi Harga .....	24
3.4.4 Strategi Promosi .....	24
<b>3.5 Data dan Sumber Data.....</b>	<b>24</b>
<b>3.6 Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>25</b>
3.6.1 Metode Wawancara .....	25
3.6.2 Metode Observasi.....	25
3.6.3 Metode Dokumen .....	25
<b>3.7 Metode Analisis Data.....</b>	<b>26</b>
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>28</b>
<b>4.1 Gambaran Umum .....</b>	<b>28</b>
4.1.1 Sejarah dan Profil Usaha Kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.....	28
4.1.2 visi dan misi kober mie setan .....	29
4.1.3 Struktur Organisasi .....	29

4.1.4 Gambaran Subjek dan Informan Penelitian .....	33
<b>4.2 Hasil Penelitian.....</b>	<b>34</b>
4.2.1 Strategi Produk .....	35
4.2.2 Strategi Tempat .....	39
4.2.3 Strategi Harga.....	40
4.2.4 Strategi Promosi .....	44
<b>4.3 Pembahasan .....</b>	<b>45</b>
<b>BAB 5. PENUTUP.....</b>	<b>53</b>
5.1 Kesimpulan .....	53
5.2 Saran.....	54
<b>DAFTAR BACAAN.....</b>	<b>55</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>57</b>

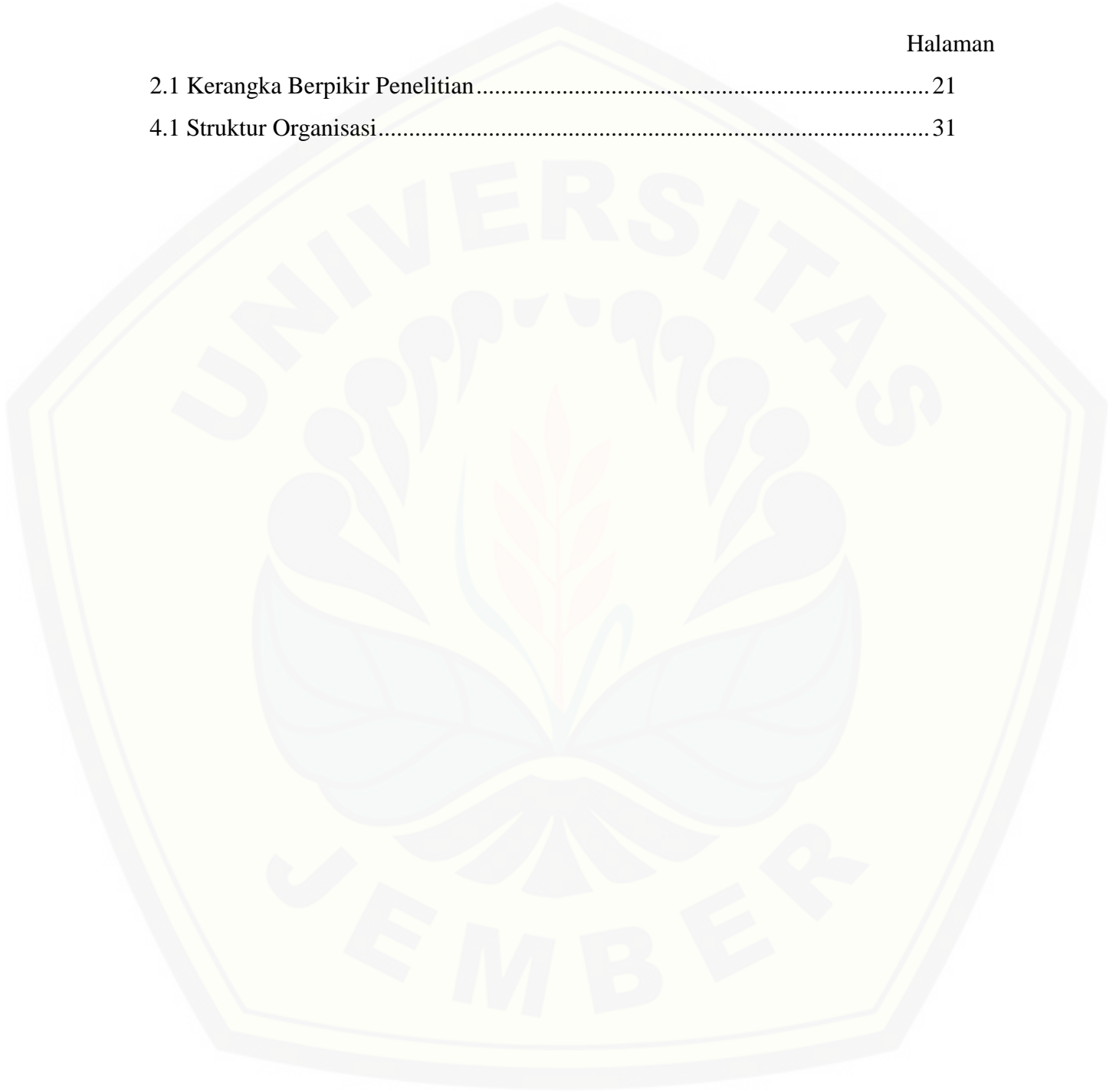
**DAFTAR TABEL**

	Halaman
Tabel 4.1 Daftar Harga Mie Produk Kober Mie Setan Jember.....	42
Tabel 4.2 Daftar Harga Dimsum Kober Mie Setan Jember .....	42
Tabel 4.2 Daftar Harga Minuman Kober Mie Setan Jember .....	42



**DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
2.1 Kerangka Berpikir Penelitian.....	21
4.1 Struktur Organisasi.....	31





**DAFTAR LAMPIRAN**

	Halaman
Lampiran A. Matrik Penelitian .....	57
Lampiran B. Pedoman Penelitian .....	58
Lampiran C. Pedoman Wawancara.....	59
Lampiran D. Transkrip Wawancara.....	64
Lampiran E. Dokumentasi .....	79
Lampiran F. Surat Ijin Penelitian.....	83
Lampiran G. Surat Keterangan Penelitian .....	84
Lampiran H. Lembar Konsultasi.....	85
Lampiran I. Daftar Riwayat Hidup .....	87

## DENAH LOKASI PENELITIAN



Sumber: Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember

## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kota Jember kini menjadi pilihan pengusaha dalam berbisnis kuliner. Usaha kuliner terbilang tidak ada matinya, di setiap sudut kota disepanjang jalan protokol berjejer usaha kuliner mulai tenda-tenda pedagang kaki lima, cafe, restaurant atau rumah makan, ruko hingga resto di *mall*. Menyajikan makanan yang halal, sehat, berkualitas, citarasa yang khas, diolah dengan bumbu pilihan dengan harga terjangkau tentu sangat diminati bagi semua kalangan masyarakat.

Perkembangan usaha kuliner yang begitu pesat, memunculkan usaha kuliner dengan berbagai macam jenis variasi menu masakan. Salah satunya adalah mie, makanan yang berbahan dasar gandum. Mie kini telah berkembang menjadi salah satu makanan favorit masyarakat Indonesia dengan variasi dan inovasi kini olahan mie tidak hanya sebatas mie ayam atau mie goreng seperti biasanya yang sudah umum di masyarakat. Mie bercitarasa pedas adalah terobosan baru di bidang usaha kuliner.

Kober Mie Setan yang berpusat di Kota Malang adalah usaha yang berawal dari coba-coba atau sekedar mengisi waktu luang. Kober merupakan singkatan dari kelompok bermain yang artinya tempat berkumpulnya komunitas (komunitas otomotif di Kota Malang). Nama yang terbilang unik dan menyeramkan membuat masyarakat penasaran dan antusias untuk berkunjung ke tempat tersebut. Kober Mie Setan menawarkan produk makanan mie dengan berbagai macam tingkat level kepedasan yang bisa dipilih dan berbagai macam minuman yang tak kalah seru juga namanya.

Usaha kuliner Kober Mie Setan yang semakin berkembang dan begitu diminati masyarakat, membuat pemilik BP, 50 tahun mengembangkan bisnisnya dengan membuka peluang bermitra usaha sejak tahun 2012. Bagi investor yang berminat untuk membuka usaha Kober Mie Setan di kota lain dengan bahan baku, perekrutan karyawan dan konsep dekorasi usaha berasal dari Kober Mie Setan Pusat

(Kota Malang). Kober Mie Setan kini sudah memiliki 7 outlet usaha mitra yang tersebar di berbagai kota diantaranya, Malang (terdapat 3 cabang) Gresik, Surabaya, Bali dan Jember.

Pada tanggal 20 Agustus 2014 Kober Mie Setan mitra Kota Jember yang terletak di Jalan Karimata No.67 Kota Jember resmi dibuka. Lokasi usaha yang strategis yaitu terletak di pusat Kota Jember dan berada di daerah kampus, sehingga pangsa pasar atau mayoritas konsumen adalah kalangan mahasiswa atau kalangan muda. Ciri khas dari produk ini adalah nuansa serta citra kuat yang berusaha ditanamkan kepada masyarakat, yaitu kesan horor dan mistis. Dari masa ke masa Kober Mie Setan senantiasa menambah inovasi produknya agar konsumen tidak bosan dengan produk-produk yang ditawarkan.

Kober Mie Setan selalu menjaga kualitas produk mulai dari bahan baku sampai penyajian hidangan. Jika di tempat lain usaha kuliner mie pedas tempatnya seperti warung biasa, Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember tempatnya didesain lebih menarik dan berbeda dengan tempat lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan oleh peneliti, usaha kuliner tersebut sudah berjalan sekitar 6 (enam) bulan, manajer DK, 25 tahun mengatakan:

*Sejauh ini Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember sudah berjalan dengan lancar dan sudah bisa dikatakan balik modal mbak, konsumen juga sangat antusias dengan usaha kuliner baru tersebut hal ini terbukti dengan begitu ramainya Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember dari mulai siang hingga malam hari. Bagaimana strategi pemasaran usaha kuliner Kober Mie Setan dapat berjalan lancar kedepan dengan semakin maraknya persaingan usaha kuliner sejenis.*

Persaingan usaha kuliner khususnya mie bercitarasa pedas di Kota Jember misalnya Mie Setan dan Bakso Serabutan yang terletak di kompleks ruko bundaran kantor DPRD Kota Jember. Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti outlet tersebut sudah ada terlebih dahulu sebelum Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember dibuka. Outlet tersebut juga menarik perhatian dan

begitu diminati konsumen, tetapi saat Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember dibuka Mie Setan dan Bakso Serabutan yang dulunya ramai kini menjadi sepi. Konsumen beralih pada Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember dengan olahan produk makanan yang dijual sejenis dengan Mie Setan dan Bakso Serabutan. Konsumen tertarik dengan produk Kober Mie Setan karena sebagian besar konsumen melakukan pembelian produk berulang dan tidak hanya sekedar coba-coba lalu berpindah ke tempat usaha kuliner yang lain. Perbedaannya Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember tidak menjual Bakso, sedangkan Mie Setan dan Bakso Serabutan kompleks DPRD menjual Bakso. Adanya persaingan pasar membuat pemilik usaha semakin jeli dalam menciptakan inovasi dan variasi produknya, dengan tujuan untuk menjaga loyalitas konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Dengan demikian, pengusaha harus mampu menciptakan daya saing yang strategis agar usaha dapat berjalan dengan lancar kedepannya.

Setiap usaha memiliki prioritas untuk meningkatkan profit atau laba terhadap penjualan produknya, pengusaha dituntut untuk memiliki inovasi dan variasi agar dapat bersaing dalam dunia usaha. Sehingga mampu menciptakan produk-produk baru seiring dengan berubahnya permintaan konsumen dan perkembangan jaman. Dalam memasarkan produknya, suatu usaha harus menentukan cara efektif yang dapat dijadikan sebagai strategi untuk memasarkan produk. Hal ini akan menentukan keberhasilan suatu usaha serta sebagai langkah awal dalam memahami keadaan dan permintaan pasar.

Keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari bagaimana usaha tersebut mampu memasarkan produk yang berkualitas dengan harga terjangkau sehingga membuat konsumen berminat dan tertarik untuk melakukan pembelian. Untuk dapat menarik konsumen agar membeli produk yang dihasilkan, maka suatu usaha harus mampu merumuskan strategi pemasaran seperti apa yang akan digunakan. Strategi pemasaran dalam suatu usaha merupakan suatu rencana keseluruhan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan usaha tersebut.

Penentuan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan di pasar adalah kunci kesuksesan perusahaan dalam memasarkan barang atau jasa yang dimilikinya. Setiap usaha yang dijalankan oleh seseorang, baik usaha kecil maupun usaha besar tentunya memiliki karakteristik yang berbeda-beda dalam hal produk, tempat, harga, maupun promosi yang dilakukan. Strategi yang digunakan Kober Mie Setan pusat dengan mitra usaha Kober Mie Setan diberbagai kota sama. Salah satu usaha kuliner yang memiliki keunggulan dalam hal keunikan kuliner dengan inovasi dan variasi produk baru yaitu usaha kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh suatu usaha kuliner dapat dijadikan sebagai upaya menarik konsumen dalam memilih produk. Hal ini dikarenakan saat ini terdapat banyak produk baru dipasaran yang saling bersaing untuk memenuhi kebutuhan konsumen, seperti produk dengan harga terjangkau sehingga dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat. Dengan semakin banyaknya konsumen dapat menentukan berlangsungnya suatu usaha. Semakin banyak konsumen yang percaya dengan produk yang dihasilkan, maka suatu usaha akan semakin berkembang, yaitu dilihat dari banyaknya produk yang mampu memenuhi target pasar yang diinginkan. Dengan demikian, Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember dituntut untuk meningkatkan strategi pemasaran yang lebih optimal agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen sehingga usaha tidak kalah bersaing di pasar.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan bagaimanakah strategi pemasaran usaha kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi pemasaran usaha kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Melalui penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan menjadi pengalaman yang berharga dan sangat membantu dalam mengembangkan dan memperdalam ilmu pengetahuan yang diperoleh secara teoritis di bangku kuliah, terutama tentang ilmu ekonomi.
2. Bagi tempat penelitian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran mengenai strategi pemasaran usaha kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.
3. Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini diharapkan menjadi rujukan untuk penelitian sejenis.
4. Bagi Perguruan Tinggi, dari hasil penelitian ini maka akan menjadi tambahan referensi dan merupakan salah satu perwujudan Tri Dharma Perguruan Tinggi.

## **BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab tinjauan pustaka ini menggambarkan tentang landasan teori yang berkaitan dengan judul penelitian. Adapun tinjauan pustaka dalam penelitian ini meliputi tinjauan penelitian terdahulu, landasan teori pemasaran, landasan teori strategi pemasaran, landasan teori kemitraan usaha, landasan teori usaha kuliner dan kerangka berpikir.

### **2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu**

Berdasarkan pencarian studi pustaka yang telah dilakukan, peneliti mengutip penelitian yang sejenis kemudian peneliti menjadikan acuan. Penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yaitu Leonardus Merrithio Riski Indiantono (2011) dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Usaha Kuliner BakpiaPia Djogja Dalam Upaya Menghadapi Persaingan”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran BakpiaPia Djogja dan mendapat informasi tentang pentingnya strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan.

Analisis data yang digunakan pada penelitian tersebut menggunakan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa segala bentuk komunikasi pemasaran yang telah dilakukan oleh BakpiaPia Djogja dirasa sudah baik dan bisa memberi nilai tambah dibanding usaha dengan produk sejenis lainnya yang ada di Yogyakarta. Pemanfaatan slogan “Lebih Dari Yang Asli” yang ditawarkan BakpiaPia Djogdja kepada para konsumennya juga terbilang kreatif. Dengan begitu, BakpiaPia Djogdja secara tidak langsung mampu menyindir kehadiran usaha bakpia yang banyak mengklaim usaha mereka yang asli di Yogyakarta. Keseluruhan dari komunikasi pemasaran BakpiaPia Djogja dalam menghadapi persaingan, peneliti menganggapnya telah efektif dan berhasil.

Penelitian lain yang sejenis juga dilakukan oleh Muhammad Hanif Khoiruddin (2011) dengan judul “Strategi Pemasaran Bakso Daging di PT Kepurun



Pawana Indonesia Kabupaten Klaten” tujuan penelitian ini adalah menganalisis faktor-faktor strategis dalam usaha pemasaran bakso daging pada PT. Kepurun Pawana Indonesia di Kabupaten Klaten, merumuskan alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam usaha pemasaran bakso daging pada PT. Kepurun Pawana Indonesia di Kabupaten Klaten, dan menentukan prioritas strategi apa yang dapat diterapkan dalam usaha pemasaran bakso daging sapi pada PT. Kepurun Pawana Indonesia di Kabupaten Klaten. Analisis data yang digunakan pada penelitian tersebut menggunakan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran bakso daging sapi PT. Kepurun Pawana Indonesia di Kabupaten Klaten menurut analisis SWOT ada empat faktor yang dapat mempengaruhi usaha tersebut meliputi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman itu dapat menjadi senjata bagi kemampuan perusahaan sedangkan untuk prioritas yang dapat diterapkan dalam pemasaran bakso daging PT Kepurun Pawana Indonesia yaitu pembukaan cabang, dan jaringan distribusi untuk memperluas jaringan pemasaran.

Adapun persamaan pada penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran dengan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaannya terdapat pada objek penelitian yang digunakan, yaitu pada penelitian terdahulu objek penelitian Leonardus Merrithio Riski Indiantono (2011) Strategi Komunikasi Usaha Kuliner BakpiaPia Djogja di Kota Yogyakarta Dalam Upaya Menghadapi Persaingan dan Muhammad Hanif Khoiruddin (2011) Strategi Pemasaran Bakso Daging di PT Kepurun Pawana Indonesia Kabupaten Klaten, sedangkan pada penelitian sekarang Strategi Pemasaran Usaha Kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.

## **2.2 Teori Pemasaran**

### **2.2.1 Landasan Teori Pemasaran**

Pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk atau jasa yang bernilai

dengan orang lain (Kotler, 2008:5). Dari sudut pandang manajerial, pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menghantarkan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara menguntungkan organisasi dan pemegang kepentingannya (Kotler, 2008:32). Marketing adalah suatu sistem kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, dan mendistribusikan barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai target pasar dan sesuai dengan bisnis perusahaan. Marketing juga berarti menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan kebutuhan para pelanggan untuk mencapai tujuan perusahaan berupa profit yang berkelanjutan (Wijayanti, 2012:1). Pemasaran merupakan kegiatan perusahaan didalam membuat perencanaan, menentukan harga, produk, mendistribusikan barang dan jasa, serta promosi (Daryanto, 2013:26). Pemasaran dapat dikatakan sebagai upaya untuk menciptakan dan menjual produk kepada berbagai pihak dengan maksud tertentu (Kasmir, 2006:158).

Berdasarkan beberapa pendapat yang telah dikemukakan oleh para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa Pemasaran merupakan usaha terpadu untuk menggabungkan rencana strategis yang diarahkan kepada usaha pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan melalui proses pertukaran atau transaksi. Pemasaran merupakan suatu kegiatan untuk memasarkan produk perusahaan kepada konsumen dengan tujuan untuk memperoleh laba dan mempertahankan kelangsungan perusahaan.

### **2.3 Teori Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu (Tjiptono, dkk 2008:283). Strategi pemasaran adalah perusahaan merancang bauran pemasaran terintegrasi yang terdiri dari beberapa faktor dibawah kendalinya seperti produk (product), harga (price), tempat (place), dan promosi (promotion) (empat P). Untuk menemukan strategi dan

bauran pemasaran terbaik, perusahaan melibatkan analisis, perencanaan, implementasi dan kendali pemasaran. Melalui kegiatan-kegiatan ini, perusahaan melihat dan menerapkannya pada pelaku dan memasukkannya dalam lingkungan pemasaran (Kotler, 2008:58). Strategi pemasaran merupakan pola keputusan dalam perusahaan untuk menentukan sasaran, maksud atau tujuan serta merinci jangkauan bisnis yang akan dicapai oleh perusahaan (Buchari, 2013:95).

Berdasarkan beberapa pendapat yang telah dikemukakan oleh para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah rencana perusahaan untuk mengembangkan produk atau jasa sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan untuk berkembangnya suatu usaha.

### 2.3.1 Strategi Produk

Strategi produk adalah segala sesuatu (barang, jasa, orang, tempat, ide, informasi dan organisasi (Tjiptono dkk, 2008:465). Strategi produk adalah cara komponen produk dari bauran pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan (Longenecker, 2001:353). Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh, digunakan, atau dipasarkan meliputi barang-barang fisik, pengalaman, peristiwa, orang, tempat, property, organisasi, dan gagasan (Kotler, 2000:448).

Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi produk adalah suatu bentuk penawaran barang atau jasa perusahaan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan. Strategi produk adalah strategi yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan yang berkaitan dengan produk yang dipasarkan dan juga berhubungan pula dengan hal-hal lain atau atribut lain yang melekat pada produk tersebut. Strategi produk yang tepat akan menempatkan perusahaan dalam suatu posisi persaingan yang lebih unggul dari para pesaingnya.

Kebijakan strategi dan taktikal dalam manajemen produk menurut Tjiptono, dkk (2008:431) diantaranya:

1. *Positioning* produk

*Positioning* produk bertujuan menciptakan diferensiasi unik dalam benak pelanggan sasaran, sehingga terbentuk citra merek atau produk yang lebih unggul dibandingkan merek atau produk pesaing.

## 2. *Repositioning* produk

*Positioning* produk bersifat dinamis, dapat berubah seiring dinamika lingkungan pemasaran, khususnya perubahan perilaku konsumen dan intensitas kompetisi. Dalam sejumlah situasi, perusahaan mungkin saja perlu melakukan *positioning* ulang (*repositioning*). Situasi semacam itu antara lain:

- a. Ada pesaing yang masuk dan produknya diposisikan berdampingan dengan merek perusahaan.
- b. Preferensi konsumen telah berubah, sehingga atribut atau manfaat determinan yang selama ini ditonjolkan berkurang relevansinya.
- c. Ditemukan kelompok prevensi pelanggan baru, yang diikuti dengan peluang menjanjikan.
- d. Terjadi kekeliruan dalam *positioning* sebelumnya.

Produk yang berkualitas, bervariasi dan berinovasi dengan nama yang unik dan terkesan horor ternyata memiliki peran yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk, khususnya dalam usaha kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.

### 2.3.2 Strategi Tempat

Tempat adalah gabungan dari lokasi dan distribusi yang berhubungan dengan cara penyampaian barang melalui lokasi yang strategis (Zeithaml, 2005:19). Saluran distribusi (saluran pemasaran) merupakan suatu perangkat organisasi yang saling tergantung dalam menyediakan satu produk atau jasa untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis (Kotler, 1997:5). Saluran distribusi merupakan serangkaian partisipan organisasional yang melaksanakan fungsi-fungsi yang dibutuhkan untuk menyampaikan produk atau jasa dari penjual ke pembeli akhir (Tjiptono dkk, 2008:588).

Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi tempat adalah cara penyampaian produk melalui tempat atau lokasi yang berpotensi mendatangkan keuntungan dapat dilihat dari berbagai kriteria seperti lokasi yang strategis, bisa diakses dengan mudah, dan dapat dijangkau oleh konsumen.

Tempat merupakan aspek yang sangat penting dalam membuka suatu usaha, lokasi usaha yang berada di pusat kota, tempat yang nyaman dan mudah dijangkau oleh target yang menjadi pangsa pasar. Hal inilah yang dilakukan oleh Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember dalam memasarkan produknya kepada konsumen.

### 2.3.3 Strategi Harga

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan bagi perusahaan. Selain itu, harga juga berperan sebagai aspek yang paling visible bagi para pembeli. Karenanya tidaklah mengherankan bila sebagian konsumen menggunakan harga sebagai indikator kualitas. Kendati harga bersifat fleksibel (bisa disesuaikan dengan cepat), harga cenderung menjadi masalah utama bagi para manajer. Hal ini dikarenakan sebuah konflik potensial menyangkut tingkat harga, yakni konflik internal perusahaan, konflik dalam saluran distribusi, konflik dengan pesaing, serta konflik kepentingan dengan instansi pemerintah dan kebijakan publik (Tjiptono dkk, 501:2008). Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh penjual dan pembeli melalui proses tawar-menawar ataupun ditetapkan oleh penjual (Zhitaml, 2005:9).

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa strategi harga merupakan satu-satunya unsur yang paling penting dalam perusahaan untuk mendapatkan keuntungan atau laba yang diperoleh dari penjualan produk atau jasa perusahaan. Penentuan strategi harga dengan mempertimbangan berbagai faktor dan sesuai dengan target konsumen yang dituju merupakan hal yang tepat demi berjalannya suatu usaha.

Menurut Kasmir (2006:176) penentuan harga yang ditetapkan harus disesuaikan dengan tujuan perusahaan. Adapun tujuan penetapan harga oleh suatu perusahaan secara umum adalah sebagai berikut:

1. Untuk bertahan hidup

Jika tujuan perusahaan dalam menentukan harga adalah untuk bertahan hidup, penentuan harga dilakukan semurah mungkin. Tujuannya agar produk dan jasa yang ditawarkan laku di pasaran dengan harga murah, tetapi masih dalam kondisi yang menguntungkan.

2. Untuk memaksimalkan laba

Penentuan harga bertujuan agar penjualan meningkat sehingga laba menjadi maksimal.

3. Untuk memperbesar *market share*

Untuk memperkuat *market share* maksudnya adalah untuk memperluas atau memperbesar jumlah pelanggan. Penentuan harga yang murah diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan pelanggan pesaing beralih ke produk yang ditawarkan.

4. Mutu produk

Tujuan penetapan harga dengan pertimbangan mutu produk adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi atau lebih tinggi dari kualitas pesaing. Biasanya harga ditentukan setinggi mungkin karena masih ada anggapan bahwa produk yang berkualitas adalah produk yang harganya lebih tinggi dibanding harga pesaing.

5. Karena pesaing

Penentuan harga dengan melihat harga pesaing bertujuan agar harga yang ditawarkan lebih kompetitif dibandingkan harga yang ditawarkan pesaing. Artinya dapat melebihi harga pesaing untuk produk tertentu atau lebih rendah.

Harga mencerminkan kualitas produk. Penentuan harga juga ditentukan dengan harga pesaing, penentuan harga dengan harga pesaing memiliki pengertian bahwa menentukan harga produk dengan berpatokan pada harga yang ditawarkan

oleh produk pesaing yang sejenis. Hal tersebut yang menjadi pedoman usaha kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember dalam menentukan harga produknya.

#### 2.3.4 Strategi Promosi

Strategi iklan, promosi penjualan, penjualan personal, dan hubungan masyarakat (*public relations*) digunakan untuk membantu organisasi berkomunikasi dengan konsumennya, menjalin kerjasama antar organisasi, masyarakat dan sasaran lainnya. Strategi promosi memainkan peran penting dalam menempatkan posisi produk pada pembeli. Promosi bertujuan memberitahukan, mengingatkan, dan membujuk pembeli serta pihak lain yang berpengaruh dalam proses pembelian. Hal ini mendasari pengambilan keputusan, perencanaan, dan perencanaan promosi secara efektif dan efisien. Menurut Tjiptono (2000:219) promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran yang berupa aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, atau membujuk dan mengingatkan pasar atas perusahaan atau produknya yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Menurut Swastha dan Irawan (2002:349) promosi merupakan arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa strategi promosi adalah kegiatan persuasif perusahaan untuk memperkenalkan produk atau jasa dengan berbagai macam cara promosi agar dikenal masyarakat. Promosi adalah suatu kegiatan dibidang pemasaran berupa komunikasi yang dilaksanakan perusahaan kepada pembeli atau konsumen yang memuat pemberitaan, membujuk, dan mempengaruhi segala sesuatu mengenai barang maupun jasa yang dihasilkan untuk konsumen, kegiatan tersebut bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan dengan menarik minat konsumen dalam mengambil keputusan membeli di perusahaan tersebut.

Menurut Daryanto (2013:50-51), terdapat empat cara dalam melakukan kegiatan promosi, diantaranya:

### 1. Periklanan

Kegiatan periklanan adalah suatu alat untuk membuka komunikasi dua arah antara penjual dan pembeli. Adapun media yang sering digunakan untuk melakukan kegiatan periklanan adalah surat kabar, majalah, media elektronik baik tv atau radio, billboard dan sebagainya.

### 2. *Personal Selling*

*Personal Selling* adalah interaksi antar individu yang saling bertemu muka dengan tujuan untuk menimbulkan penjualan.

### 3. Publisitas

Publisitas merupakan rangsangan terhadap permintaan suatu produk barang atau jasa dari organisasi dengan meminta untuk menyusun berita yang menarik pada media publisitas, seperti radio, televisi, atau pertunjukan yang digelar tanpa dibiayai oleh sponsor.

### 4. Promosi penjualan

Alat kegiatan promosi selain periklanan, personal selling, dan publisitas adalah penjualan yang dilakukan dengan peragaan, pertunjukan, pameran, demonstrasi, dan berbagai macam usaha yang bersifat tidak rutin.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh suatu usaha kuliner khususnya harus melihat sasaran konsumen yang dituju untuk memperkenalkan produknya. Hal ini bertujuan agar konsumen berminat terhadap produk yang ditawarkan. Berdasarkan penjelasan diatas, usaha kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember harus mampu memilih cara mempromosikan produk dengan tepat, agar konsumen memahami produk sebelum konsumen melakukan pembelian.

## 2.4 Landasan Teori Kemitraan Usaha

Perbedaan konsep Wirausaha dengan sistem Franchise dan sistem Kemitraan (<http://forum.kompas.com/ekonomi-umum/31352-perbedaan-konsep-wirausaha-dengan-sistem-franchise-dan-sistem-kemitraan.html>diakses tanggal 15/04/2015)



Franchise adalah suatu bentuk kerja sama dimana pemberi waralaba (Franchisor) memberikan izin kepada penerima waralaba (Franchisee) untuk menggunakan hak intelektualnya, seperti nama, merk dagang produk dan jasa dan sistem operasi usahanya. Sebagai timbal baliknya, penerima waralaba membayar suatu jumlah yang seperti Franchise, Royalty Fee dan lain lain.

Sistem kemitraan adalah suatu bentuk kerja sama dimana pemberi waralaba memberi izin kepada penerima waralaba untuk menggunakan hak intelektualnya seperti nama, merk dagang produk dan jasa dan sistem operasi usahanya, sesuai dengan peraturan perusahaan, tanpa penerima waralaba membayar suatu jumlah sebagai Franchise fee, Royalty fee ataupun Distribution fee (Dibebaskan sama sekali) inilah yang disebut dengan sistem kemitraan yang berlandaskan prinsip saling menguntungkan untuk kedua belah pihak mitra.

Kemitraan adalah suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling menguntungkan dan saling membesarkan. Menurut UU No.9 tahun 1995 tentang usaha kecil, pasal 1 ayat 8: kemitraan adalah kerjasama usaha antara usaha kecil dengan menengah atau dengan usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau usaha besar dengan memperlihatkan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, saling menguntungkan. Unsur yang terkandung dalam kemitraan yaitu:

[http://www.langkahwirausaha.com/uploads/SERI\\_KEWIRAUSAHAANKEMITRAN\\_USAHA\\_revisi.pdf](http://www.langkahwirausaha.com/uploads/SERI_KEWIRAUSAHAANKEMITRAN_USAHA_revisi.pdf) diakses pada tanggal 15042015)

1. Dua orang atau lebih

Kemitraan akan ada kalau ada minimal dua orang atau pihak yang melakukan kesepakatan. Oleh karena itu, sukses tidaknya kemitraan ditentukan oleh peran dari kedua orang atau kedua pihak yang bermitra.

2. Aktivitas/kerjasama usaha

Kemitraan terjadi karena adanya aktivitas atau kegiatan yang dikehendaki bersama, sebagai alat untuk mencapai tujuan dan ini membutuhkan strategi (bisnis/usaha)

### 3. Tujuan/target

Sasaran dari kemitraan usaha, biasanya adalah keuntungan baik secara finansial maupun non finansial yang dirasakan atau diterima oleh kedua pihak.

### 4. Jangka waktu tertentu

Kemitraan dibatasi oleh waktu, artinya ada kedua pihak kapan kemitraan itu berakhir. Dalam hal ini, tentu saja setelah tujuan atau target yang dikehendaki telah tercapai.

#### 2.4.1 Azas dan Prinsip Kemitraan Usaha

Azas dan prinsip yang digunakan dalam keterkaitan dan kemitraan adalah saling membutuhkan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan.

#### 2.4.2 Tujuan Kemitraan Usaha

Kemitraan usaha baik dalam skala usaha kecil maupun skala besar pada akhirnya tidak hanya sekedar memberi keuntungan pada pihak yang bermitra, tetapi akan berdampak pula kepada pihak-pihak lain atau masyarakat secara umum. Oleh karena itu kemitraan usaha diarahkan untuk mencapai tujuan diantaranya, meningkatkan pendapatan usaha dan masyarakat, mendukung efisiensi ekonomi, memperkuat kemampuan bersaing, menghindari persaingan yang tidak sehat dan saling mematikan. Menghindari monopoli yang dapat menyebabkan distorsi dalam pasar dan membangun tata dunia usaha yang kuat dengan tulang punggung usaha yang tangguh dan saling mendukung melalui ikatan kerjasama.

#### 2.4.3 Manfaat Kemitraan Usaha Diantaranya:

##### 1. Manfaat produktivitas

Produktivitas adalah suatu model ekonomi yang diperoleh dari membagi output dengan input, maka produktivitas dikatakan meningkat apabila dengan input yang tetap diperoleh output yang semakin besar. Selain itu produktivitas yang tinggi dapat diperoleh dengan cara mengurangi penggunaan input (dengan syarat tidak mengurangi kualitas), sehingga dengan output yang tetap dengan penggunaan input yang sedikit menunjukkan adanya produktivitas.

## 2. Manfaat efisiensi

Manfaat efisiensi dapat diartikan sebagai dicapainya cara kerja yang hemat, tidak terjadi pemborosan, dan menunjukkan keadaan menguntungkan, baik dilihat dari segi waktu, tenaga, maupun biaya. Ini dapat dicapai karena dalam kemitraan mengikat pihak-pihak yang bermitra untuk mentaati segala kesepakatan, serta terjadi spesialisasi tugas dan tanggung jawab sesuai dengan kemampuan yang dimiliki masing-masing.

## 3. Manfaat jaminan kualitas, kuantitas dan kontinuitas

Sebagai akibat adanya manfaat produktivitas dan efisiensi, maka dengan kemitraan akan dicapai pula manfaat kualitas, kuantitas, dan kontinuitas. Dengan adanya penggabungan dua potensi dan kekuatan untuk menutupi kelemahan dari masing-masing pihak yang bermitra, maka akan dihasilkan tingkat produktivitas yang tinggi dan serta efektivitas. Produktivitas menunjukkan manfaat kualitas. Dengan kualitas dan kuantitas yang dapat diterima oleh pasar, maka akan dapat menjamin kelangsungan usaha.

## 4. Manfaat dan resiko

Dalam kemitraan kedua pihak memberi peran yang sesuai dengan kemampuan masing-masing, sehingga keuntungan atau kerugian yang dicapai atau diderita kedua pihak sesuai dengan peran dan keuntungan masing-masing. Hal ini berarti bahwa dalam kemitraan, ada rasa senasib sepenanggungan antara pihak yang bermitra sehingga jika ada resiko ditanggung bersama antara pihak yang bermitra, sehingga resiko yang ditanggung masing-masing pihak menjadi berkurang.

### 2.4.4 Ukuran Keberhasilan Kemitraan Usaha

1. Kedua belah pihak mencapai kondisi saling menguntungkan
2. Kedua belah pihak memiliki kondisi sejajar dalam negosiasi
3. Pembina mitra secara nyata telah mengalihkan ilmu pengetahuan dan teknologi usaha kepada mitra binaannya
4. Tampak adanya peningkatan potensi ekonomi dari pengusaha kecil/menengah sebagai mitra binaan

#### 5. Secara nyata tampak berkembangnya jaringan kemitraan usaha

Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember merupakan usaha kemitraan berasal dari Kota Malang. Menekuni dunia usaha umumnya melalui tahapan-tahapan yang cukup panjang. Pada jaman dahulu menekuni usaha dimulai dari kecil, berkembang hingga menjadi besar. Di zaman yang serba modern, terdapat realitas bisnis yang dapat dilakukan dengan seketika, tidak perlu lagi memulai usaha dari nol, mencari konsumen, dan lain sebagainya. Dengan sistem kemitraan usaha, pengusaha baru tidak perlu memulai usaha dari awal, karena bisnis tidak perlu memikirkan apa yang harus dijual, bagaimana dan tanpa perlu membangun brand khusus, karena cukup dengan menjual barang yang telah disediakan oleh pihak yang bermitra usaha.

### 2.5 Landasan Teori Usaha Kuliner

Bisnis kuliner nampaknya tidak terpengaruh oleh terpaan krisis global. Dalam kondisi apapun, manusia tidak akan pernah lepas dari pangan. Manusia pasti membutuhkan makanan untuk pemenuhan kebutuhan jasmani. menelisik sejarah, kata kuliner sendiri berasal dari bahasa inggris “culinary” yang jika didefinisikan adalah sesuatu yang terkait dengan masakan atau dapur. Culinary sendiri diasosiasikan sebagai tukang masak yang bertanggung jawab menyiapkan masakan agar terlihat menarik dan lezat. Berarti usaha kuliner yaitu suatu unit usaha dibidang masakan (Novitasari, 2012:1)

Menurut Widiastuti (2010:25-28) dalam memulai menjalankan usaha kuliner ini harus dipertimbangkan beberapa aspek antara lain:

#### 1. Pemilihan lokasi

Pemilihan lokasi usaha sangat penting untuk dipertimbangkan, pemilihan lokasi harus dipertimbangkan, pemilihan lokasi harus disesuaikan dengan target atau pangsa pasar, karena hal ini akan menentukan berapa banyak produk yang terjual.

#### 2. Pemasaran

Pemasaran produk memegang peranan penting dalam kesuksesan bisnis. Agar tidak terlalu menghabiskan banyak biaya maka tentukan cara promosi dan pemasaran

yang efektif. Jika menentukan harga diharapkan harga yang diberikan harus sesuai dengan produk atau makanan yang dijual.

### 3. Produksi

Ketika menjalankan bisnis kuliner kualitas makanan harus menjadi prioritas. Kualitas makanan akan menentukan apakah pelanggan akan kembali menikmati makanan di tempat itu. Untuk menghindari kejenuhan konsumen, maka ciptakan inovasi pada menu makanan yang ditawarkan.

### 3. SDM

Kualitas SDM (Sumber Daya Manusia) juga menentukan apakah usaha ini dapat berjalan dengan baik, maka bisnis ini akan berjalan dengan baik juga. Untuk lebih loyalitas meningkatkan konsumen terhadap usaha yang dijalani maka harus ditingkatkan kualitas pelayanan.

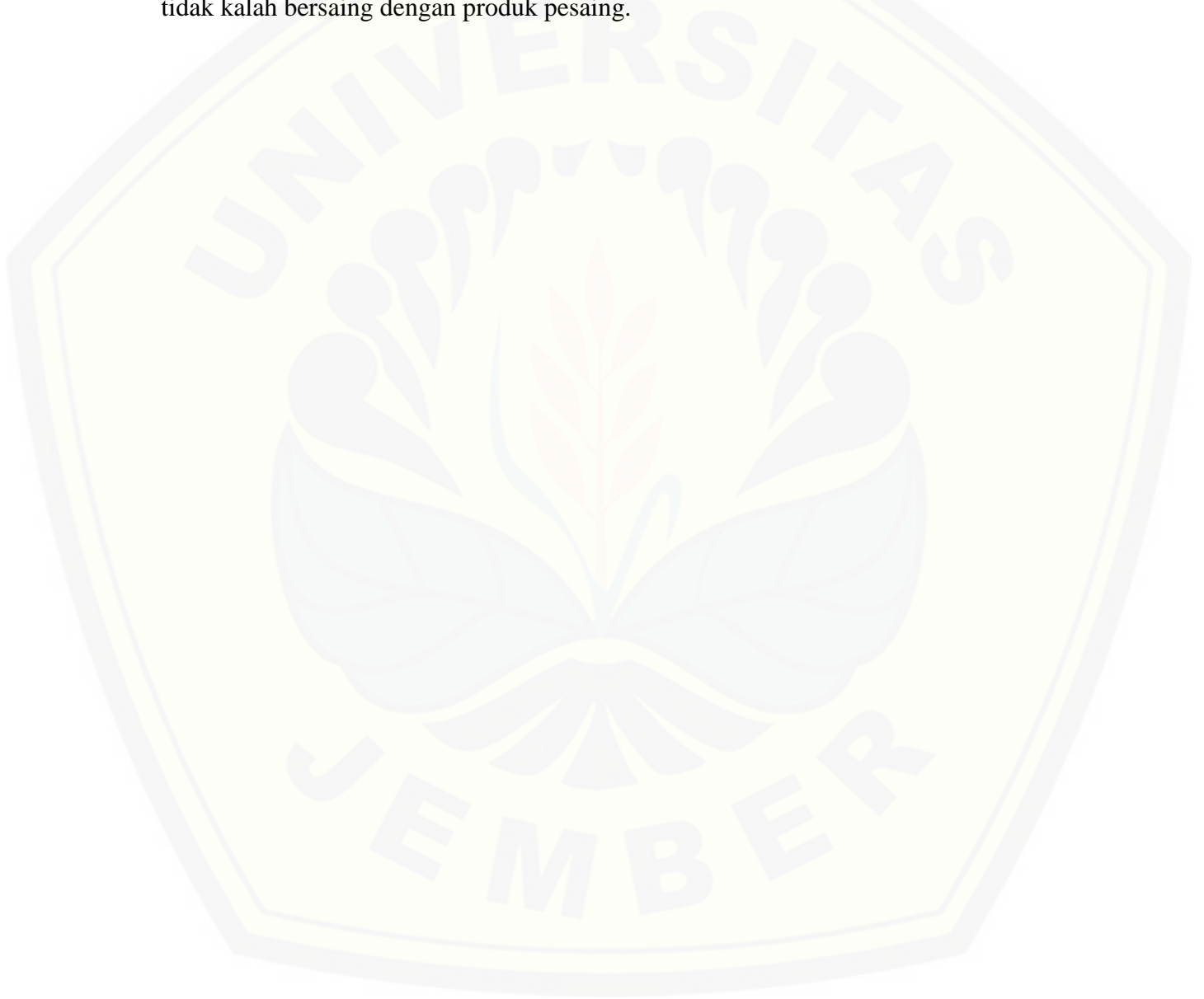
### 4. Keuangan

Dalam bisnis kuliner aspek keuangan harus dipikirkan dengan baik. Membuat perencanaan yang tepat dalam laporan keuangan dan neraca bisnis secara detail akan dapat membantu berjalannya proses manajemen bisnis yang dilakukan.

Pada masa ini usaha kuliner sangat banyak bermunculan. Otomatis persaingan antara usaha kuliner ini sangat ketat. Untuk dapat memenangkan persaingan bisnis, maka dibutuhkan strategi untuk menghadapi persaingan. Pertama, tentukan pesaing sebelum melangkah menjalankan bisnis ada baiknya pengusaha yang baru menjalankan usaha kuliner menentukan pesaing. Kedua konsentrasi pada kelebihan bisnis yang dijalankan. Pertahankan dan tingkatkan kualitas produk dan pelayanan. Ketiga manfaatkan kelebihan pesaing, jika telah mengetahui apa kelemahan pesaing, maka manfaatkan keadaan tersebut sebagai kelebihan bisnis sendiri. Sediakan apa yang tidak disediakan oleh pesaing (Widiastuti, 2010:49-51).

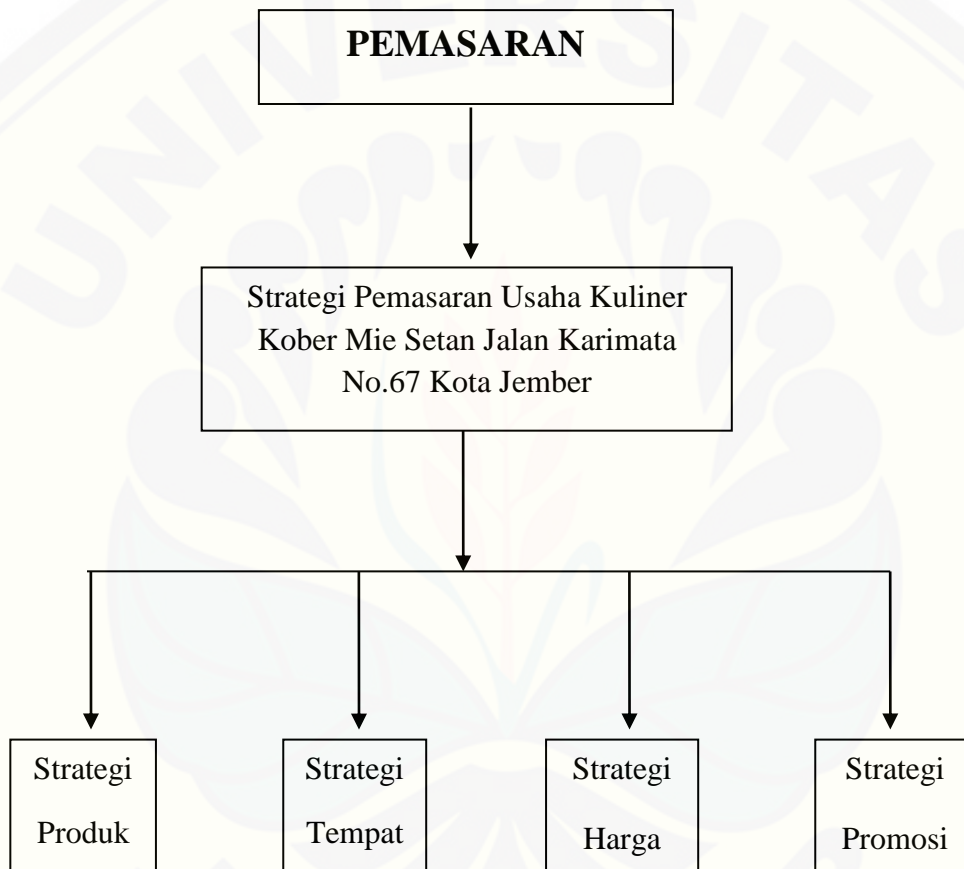
Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa usaha kuliner adalah bisnis dibidang makanan, produsen bisa membuat inovasi dan variasi yang menarik sehingga terdapat diferensiasi dengan produk pesaing. Diferensiasi produk bertujuan agar terdapat perbedaan antara produk perusahaan dengan produk pesaing

Berdasarkan beberapa tahapan diatas, strategi pemasaran memiliki peranan penting dalam memajukan suatu usaha. Oleh karena itu dengan strategi pemasaran yang tepat usaha dapat berjalan dengan lancar dan sesuai target yang telah ditentukan perusahaan. Seperti strategi pemasaran yang digunakan usaha kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember untuk memasarkan produknya sehingga tidak kalah bersaing dengan produk pesaing.



## 2.6 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir ini menjelaskan kerangka teoritis tentang Strategi Pemasaran Usaha Kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember. Berdasarkan teori-teori yang sudah dijabarkan sebelumnya, maka dapat digambarkan kerangka berpikir sebagai berikut:



**Gambar 2.6 Kerangka Berpikir**

## **BAB 3. METODE PENELITIAN**

Pada bab ini akan dibahas mengenai metode penelitian yang akan dipakai oleh peneliti. Metode penelitian adalah suatu prosedur atau cara yang digunakan peneliti untuk melakukan penelitian sesuai langkah-langkah yang telah ada secara sistematis. Adapun metode penelitian yang akan dijelaskan pada bab ini yaitu meliputi rancangan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan informan penelitian, definisi operasional konsep, data dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

### **3.1 Rancangan Penelitian**

Rancangan penelitian merupakan suatu rencana kegiatan yang dibuat oleh peneliti untuk memecahkan masalah, sehingga memperoleh data yang valid. Rancangan penelitian ini berupa penelitian deskriptif dengan menggunakan metode *purposive area*. Tujuan dari penelitian kualitatif ini untuk menggambarkan keadaan maupun fenomena yang terjadi pada saat penelitian dilakukan. Sehingga peneliti akan memperoleh informasi penting yang diperoleh sebagai acuan penelitian. Dalam penelitian ini, analisis data yang digunakan meliputi: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dalam hal pengumpulan data peneliti menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi.

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti memilih Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember sebagai tempat penelitian. Penentuan lokasi menggunakan metode *purposive area* yaitu penentuan lokasi penelitian secara sengaja atau tempat penelitian yang didasarkan pada pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang mendasari penelitian pada Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember merupakan usaha kuliner mie dengan inovasi baru dan berbeda dengan yang lain. Selain itu, pertimbangan lain yang mendasari peneliti memilih lokasi tersebut Kober



Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember merupakan usaha kuliner mie bercitarasa pedas yang menarik perhatian konsumen dan sangat diminati konsumen dibandingkan usaha kuliner mie bercitarasa pedas di tempat lain di Kota Jember.

### **3.3 Subjek dan Informan Penelitian**

Penentuan subjek dan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang secara sengaja ditentukan oleh peneliti. Subjek dalam penelitian ini adalah manajer P (21 tahun). Manajer tersebut dijadikan sebagai subjek penelitian dikarenakan merupakan sumber informasi yang tepat. Sedangkan informan tambahan dalam penelitian ini adalah karyawan Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember, serta konsumen Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.

### **3.4 Definisi Operasional Konsep**

Definisi operasional konsep digunakan untuk lebih mempertegas aspek-aspek sesuai dengan penelitian yang dilakukan serta untuk menghindari salah pendapat atau pengertian.

#### **3.4.1 Strategi Produk**

Strategi produk merupakan kegiatan perusahaan dalam memasarkan produk yang mencakup variasi dan inovasi produk. Seperti yang dilakukan Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember memasarkan produk olahan mie yang lebih variasi dan berinovasi.

#### **3.4.2 Strategi Tempat**

Strategi tempat merupakan cara penyampaian produk melalui tempat yang strategis mudah dijangkau, aman dan nyaman untuk kemudahan konsumen. Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember memilih tempat di pusat Kota Jember dan berada di daerah kampus dalam memasarkan produknya kepada konsumen.

### 3.4.3 Strategi Harga

Strategi harga merupakan penentu keberhasilan suatu usaha karena harga merupakan satu-satunya unsur suatu usaha dalam memperoleh laba. Seperti yang dilakukan Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember dalam memasarkan produknya dengan mempertimbangkan berbagai macam hal seperti, harga bahan baku, harga produk pesaing dan kemampuan daya beli konsumen yang bertujuan agar produk tersebut sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen.

### 3.4.4 Strategi Promosi

Strategi promosi merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk dengan tujuan menarik para calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Seperti yang dilakukan Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember dalam mempromosikan usahanya melalui *internet* seperti *website* dan situs jejaring sosial.

## 3.5 Data dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari subjek atau manajer Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember bernama Puji (21 Tahun). Data yang diambil melalui observasi dan wawancara merupakan data yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang digunakan Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.

Sedangkan data sekunder merupakan data yang diambil secara tidak langsung dari sumbernya, berupa dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Data sekunder yang digunakan peneliti meliputi profil usaha dan kegiatan strategi pemasaran yang dilakukan Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.

### 3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi.

#### 3.6.1 Metode Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam dan akurat tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian. Untuk memperoleh data yang akurat maka perlu dilakukan wawancara mendalam (*in-depth interview*), dimana peneliti menggali informasi secara mendalam dan bertanya jawab secara bebas.

Wawancara mendalam ini dilakukan kepada manajer Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember yang bernama Puji (21 tahun) yang berkaitan dengan kegiatan strategi pemasaran yang dilakukan Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember. Metode wawancara yang dilakukan oleh peneliti yaitu wawancara secara terstruktur yaitu sebelum melakukan wawancara, peneliti membuat daftar pertanyaan agar proses wawancara berjalan lancar dan terarah. Peneliti menggunakan *hanphone* yang memiliki fasilitas perekam suara sebagai alat wawancara dan hasilnya disimpan dalam bentuk rekaman.

#### 3.6.2 Metode Observasi

Observasi adalah suatu cara pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan secara langsung terhadap suatu objek penelitian untuk mendapatkan data yang relevan. Observasi atau pengamatan secara langsung ini bertujuan untuk menggali kemungkinan adanya informasi yang terlewatkan dari pedoman wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu mengamati kegiatan yang dilakukan Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.

#### 3.6.3 Metode Dokumen

Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh dokumen resmi yang berkaitan dengan data strategi pemasaran yang dilakukan Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember. Dokumen yang dimaksud meliputi surat-surat, data sejarah perusahaan, kegiatan pemasaran perusahaan serta berkas lainnya

yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang dilakukan Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.

### 3.7 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan proses menyusun, mengkategorikan data, mencari pola atau tema, dengan maksud untuk memahami maknanya. Dalam melakukan analisis data yang sudah dikumpulkan. Menurut Miles dan Huberman terdapat beberapa langkah analisis dalam penelitian antara lain:

#### 1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Dalam penelitian yang dilakukan peneliti, jumlah data yang diperoleh tidak sedikit. Penelitian dilakukan dengan cara datang ke lapangan untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Semakin sering melakukan penelitian maka data yang diperoleh juga semakin banyak. Untuk itu segera dilakukan analisis reduksi data yang artinya merangkum, memfokuskan pada hal-hal yang dianggap penting yang sesuai dengan pokok bahasan penelitian yaitu strategi pemasaran yang digunakan Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember. Data yang tidak sesuai dengan pokok bahasan dihilangkan atau tidak dicantumkan.

#### 2. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. penyajian data dalam penelitian ini dilakukan dalam bentuk bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya sehingga akan mudah untuk dipahami. Dalam penelitian ini mengenai strategi pemasaran yang digunakan Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember akan dijabarkan secara deskriptif baik dalam bentuk teks naratif maupun tabel sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan penarikan kesimpulan.

#### 3. *Conclusion Drawing/Verification* (Penarikan Kesimpulan)

Langkah ketiga yang dilakukan dalam penelitian ini adalah melakukan penarikan kesimpulan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif dijelaskan dengan gambaran atau berupa deskriptif. Sehingga kesimpulan awal masih bersifat sementara, namun setelah dilakukan penelitian akan menjadi jelas. Dalam penelitian

ini peneliti menarik kesimpulan mengenai strategi pemasaran yang digunakan oleh Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.



## BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab 4 ini, terdiri atas gambaran umum usaha kuliner, mengenai strategi pemasaran berupa strategi produk, strategi tempat, strategi harga, strategi promosi, hasil penelitian serta pembahasan.

### 4.1 Gambaran Umum

#### 4.1.1 Sejarah dan Profil Usaha Kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember

Kober Mie Setan merupakan usaha kuliner yang awalnya berada di Kota Malang, tepatnya berada di Jalan Soekarno-Hatta Kota Malang. Kata Kober merupakan kepanjangan dari kelompok bermain yang artinya tempat berkumpulnya komunitas (komunitas otomotif di Kota Malang). Bisnis kuliner yang berawal dari coba-coba atau sekedar mengisi kekosongan waktu luang, kini bisnis tersebut mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Modal awal dalam membuka usaha ini pemilik BP, 50 tahun mendapatkan modal dengan cara melakukan penggalangan dana terhadap komunitas kober (kelompok bermain) itu sendiri di Kota Malang. Ciri khas dari usaha kuliner Kober Mie Setan adalah nama makanan dan minuman yang terbilang unik dan menyeramkan, sehingga membuat masyarakat penasaran dan antusias untuk berkunjung ke tempat tersebut. Usaha kuliner yang terus berkembang dan begitu diminati masyarakat, membuat pemilik BP, 50 tahun mengembangkan bisnisnya dengan membuka peluang bermitra usaha di tahun 2012 bagi investor yang berminat untuk membuka usaha kuliner Kober Mie Setan di Kota lain dengan bahan baku semua berasal dari Kober Mie Setan pusat (Kota Malang), fasilitas yang didapat adalah renovasi ruangan, konsep, *kitchen set*, alat masak, dekorasi, perizinan, kostum pegawai, dan lain-lain.

Tanggal 20 Agustus 2014 Kober Mie Setan mitra Kota Jember yang terletak di Jalan Karimata No.67 Kota Jember resmi dibuka dengan Investor (pemilik) bernama AZW, 43 tahun. Lokasi usaha yang strategis yaitu terletak di pusat Kota

Jember dan berada di daerah kampus, sehingga mayoritas konsumen adalah kalangan pelajar, mahasiswa atau kalangan muda. Ciri khas dari produk ini ialah nuansa serta citra kuat yang berusaha ditanamkan kepada masyarakat, yakni kesan horor dan mistis.

#### 4.1.2 Visi dan Misi Kober Mie Setan

Suatu usaha perlu memiliki pedoman khusus yang dapat dijadikan sebagai rancangan kedepan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan suatu usaha. Pedoman tersebut berupa visi dan misi yang dibuat berdasarkan tujuan masing-masing usaha tersebut. Visi dan misi tersebut nantinya akan menjadi sebuah tolak ukur dalam melaksanakan kebijakan-kebijakan yang diambil oleh pemilik dalam menjalankan suatu usaha. Adapun visi dan misi dari usaha kuliner Kober Mie Setan adalah sebagai berikut:

##### a. Visi

1. Menciptakan menu produk berkualitas dan menjaga mutu produk
2. Berinovasi dalam menciptakan menu produk baru
3. Mensejahterakan kehidupan sosial ekonomi investor dan karyawan

##### b. Misi

Kepuasan, kenyamanan dan keamanan konsumen menjadi prioritas utama sebagai tanggung jawab dalam memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen.

#### 4.1.3 Struktur Organisasi

Seperti bisnis pada umumnya, Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember juga memiliki struktur organisasi yang menunjukkan hubungan antar orang-orang maupun bidang kerja dengan kedudukan, jabatan, fungsi, wewenang dan tanggung jawab masing-masing bagian dalam hubungan kerja pada suatu bisnis. Selain itu struktur organisasi dalam Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember juga berfungsi sebagai alat untuk menjaga kelangsungan hidup dan kesadaran aktifitas bisnis. Diperlukan koordinasi yang baik, jelas dan tertib antar bagian-bagian

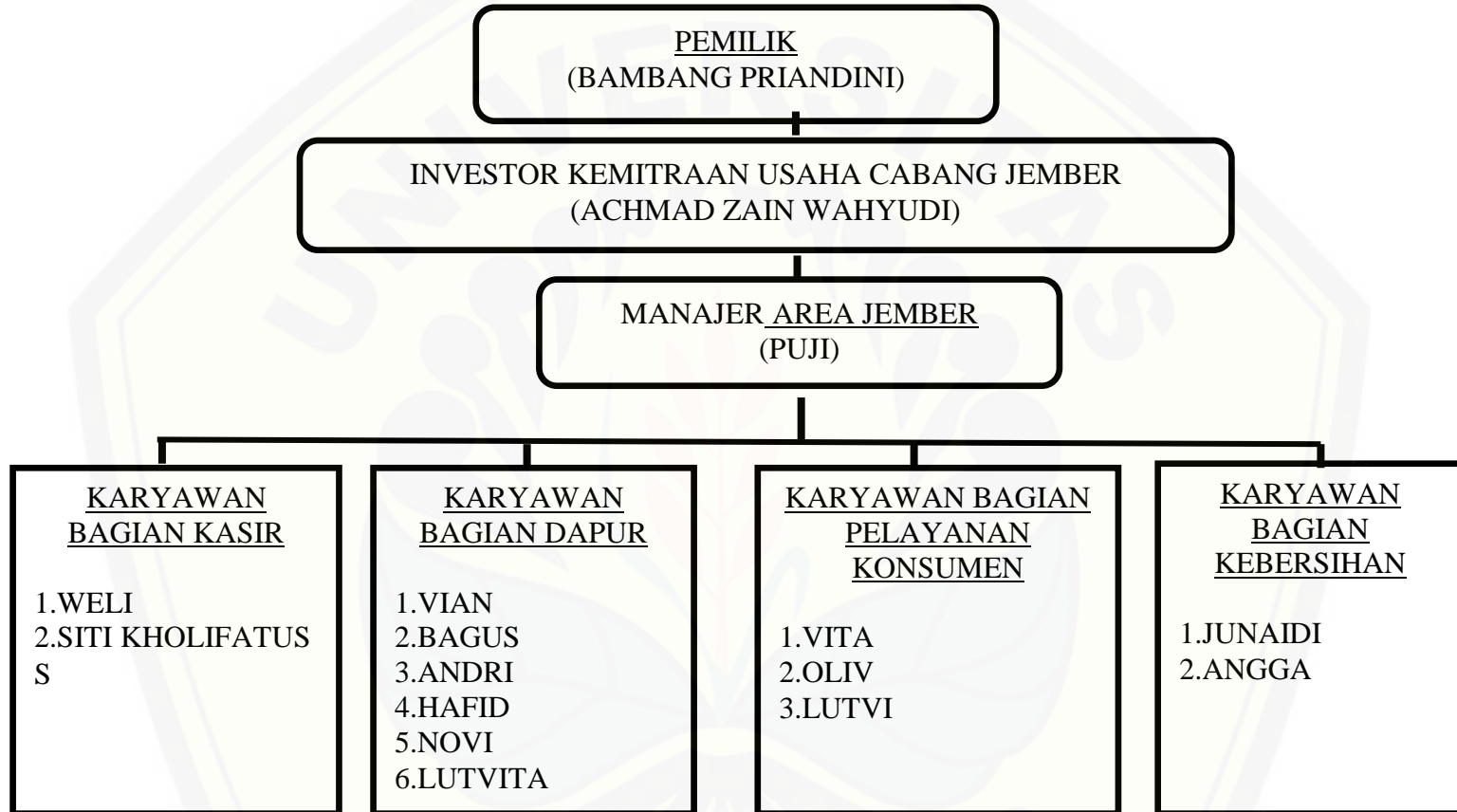
dalam sebuah usaha, sehingga dalam Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember pembagian tugas dapat berjalan dengan baik dan tidak mengalami kesulitan dalam pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab dalam suatu bisnis.

Struktur organisasi pada Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember menunjukkan garis wewenang mengalir dari pemilik kepada investor (pemilik area) dan manajer area dan mengalir kebawahnya lagi sampai kepada pekerjaan dalam lapangan masing-masing. Tugas dan wewenang ini dapat digambarkan dalam garis hubungan seperti berikut:





**STRUKTUR ORGANISASI KOBER MIE INSTAN  
JALAN KARIMATA NO. 67 KOTA JEMBER**



Gambar 4.1 Struktur Organisasi

Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember memiliki struktur organisasi yang terdiri dari pemilik pusat Kober Mie Setan di Kota Malang, investor kemitraan usaha area Jember, Manajer area Kota Jember, serta karyawan bagian kasir, karyawan bagian dapur, karyawan bagian pelayanan kepada konsumen, dan karyawan bagian kebersihan sebagai berikut:

- a. Pemilik pusat Kober Mie Setan di Kota Malang sebagai pimpinan yang bertugas memimpin investor kemitraan usaha cabang diberbagai Kota, memimpin manajer area cabang kemitraan usaha, perekrutan karyawan untuk Kober Mie Setan di berbagai kota. Memiliki tanggung jawab dan wewenang penuh terhadap kinerja dan jalannya usaha.
- b. Investor kemitraan usaha area Jember memiliki tanggung jawab dan wewenang penuh terhadap kinerja manajer, karyawan dan jalannya usaha kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.
- c. Manajer area Kota Jember bertugas mengatur jalannya usaha, memberikan laporan tentang keuangan kepada investor, memberikan laporan tentang jalannya usaha, ketersediaan bahan baku kepada pemilik pusat Kober Mie Setan di Kota Malang, serta mengawasi dan memberikan pengarahan terhadap cara kerja karyawan.
- d. Karyawan bagian kasir, bertugas memberikan pelayanan kepada konsumen bagian pemesanan makanan dan minuman serta pembayaran tagihan menu yang dipesan konsumen, menjalankan penjualan dan pembayaran, melakukan pencatatan atas semua transaksi, membantu pelanggan dalam memberikan informasi mengenai produk, dan melakukan pengecekan produk
- e. Karyawan bagian dapur, bertugas memasak berbagai menu makanan dan minuman yang sesuai dengan metode, higienis, estetika dan etika agar kualitas produk tetap terjaga dan memiliki mutu yang baik sesuai dengan standart mutu yang telah ditetapkan oleh Kober Mie Setan pusat.
- f. Karyawan bagian pelayanan kepada konsumen, bertugas memanggil nama konsumen, apabila ada konsumen yang mengangkat tangan atau berkata “iya” dengan segera pelayan mengantar sajian hidangan yang dipesan.

- g. Karyawan bagian kebersihan, bertugas membersihkan dapur dan semua unsur ruangan yang ada dalam Kober Mie Setan.

#### 4.1.4 Gambaran Subjek dan Informan Penelitian

Subjek penelitian pada saat peneliti melakukan observasi dan wawancara awal dengan manajer, bernama Dewi Karina beliau berusia 25 tahun berasal dari Kota Malang. Beliau sudah menempuh jenjang pendidikan terakhirnya adalah Strata-1, dari Universitas Islam Majapahit, Mojokerto. Beliau memiliki banyak pengalaman jenjang karir selama bekerja di Kober Mie Setan diantaranya pada awal karier beliau ditempatkan di Surabaya tepatnya pada Kober Mie Setan outlet Jalan Kaca Piring No.14 Pojok Kusuma Bangsa sebagai kasir. Setelah outlet Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember resmi dibuka pada tanggal 20 Agustus 2014 beliau dipindahkan di Kota Jember dan dipercaya sebagai manajer Kober Mie Setan area Jember. Pada bulan Mei 2015 Dewi Karina dipindahkan pada outlet Kober Mie Setan Semolowaru di Kota Surabaya.

Pada penelitian selanjutnya peneliti menggali informasi dengan subjek penelitian melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan manajer Kober Mie Setan area Jember yang baru bernama Puji beliau berusia 21 Tahun berasal dari Kabupaten Bondowoso dengan jenjang pendidikan terakhir adalah SMK jurusan Tata Boga. Beliau memiliki banyak pengalaman jenjang karir selama bekerja di Kober Mie Setan. Pertama beliau ditempatkan di Kober Mie Setan jalan Soekarno-Hatta Kota Malang sebagai karyawan bagian cuci piring dan *clean up* atau kebersihan, setelah itu beliau ditempatkan di Kober Mie Setan area Bali sebagai karyawan bagian dapur dan dipindahkan lagi di Kober Mie Setan area Jember sebagai karyawan bagian dapur. Namun setelah manajer area Jember Dewi Karina pada bulan mei 2015 dipindahkan lagi di outlet baru Kober Mie Setan Semolowaru di Surabaya. Bapak Puji dipercaya sebagai manajer Kober Mie Setan area Jember sebagai pengganti Ibu Dewi Karina, sehingga dalam penelitian obsevasi dan wawancara secara mendalam

(*in-depth interview*) lebih lanjut peneliti menggali informasi kepada bapak Puji sebagai manajer Kober Mie Setan yang baru area Jember.

Informan dalam penelitian ini adalah Siti Kholifatus Sakdiah berusia 19 tahun yang merupakan karyawan bagian kasir, beliau mengetahui seluk-beluk bisnis kuliner Kober Mie Setan serta perkembangannya dari tahun ke tahun. Beliau mengetahui tentang stok bahan baku, kenaikan dan penurunan konsumen. karena bisnis kuliner ini sangat erat kaitannya dengan bahan baku makanan dan minuman serta inovasi dan variasi produk untuk perkembangan usaha dan kelangsungan bisnis kuliner ini kedepan.

Informan selanjutnya adalah konsumen dari Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember yaitu Arda Iqfuria (16 tahun) merupakan konsumen dari Kober Mie Setan sejak awal Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember dibuka sampai saat ini. Beliau sangat puas dengan pelayanan, aneka menu sajian makanan dan minuman yang disajikan di tempat ini.

#### **4.2 Hasil Penelitian**

Berdasarkan data yang diperoleh dapat diketahui bahwa, Kober Mie Setan merupakan usaha kuliner mie bercitarasa pedas yang berasal dari Kota Malang, namun seiring berjalannya waktu usaha semakin berkembang dan begitu digemari konsumen. Pemilik Bambang Priamdini berusia 50 tahun mengembangkan bisnisnya dengan membuka peluang bermitra usaha bagi investor yang berminat membuka usaha kuliner Kober Mie Setan di kota lain dengan syarat dan ketentuan yang sudah disepakati antara pemilik dan investor kemitraan usaha. Sistem bisnis kuliner ini bukan franchise (waralaba) namun bisnis dengan sistem kemitraan usaha yang terbilang kerjasama usaha dengan sistem baru di Indonesia. Sistem kemitraan disini dalam arti pembagian keuntungan (50:50) antara pemilik merek Kober Mie Setan pusat dengan investor Kober Mie Setan area Jember yaitu bapak Achmad Zain Wahyudi berusia 43 tahun.

Sistem kemitraan usaha yang diterapkan oleh Kober Mie Setan merupakan ketentuan yang sudah disepakati oleh kedua belah pihak. Pada awalnya untuk menjadi investor Kober Mie Setan di kota lain (dalam artian membeli merek Kober Mie Setan) investor harus membayar uang dengan jumlah tertentu atau sesuai kesepakatan yang telah ditentukan oleh Kober Mie Setan pusat. Fasilitas yang didapat diantaranya merek dagang, bahan baku produk, *kitchen set*, karyawan dan lain sebagainya.

Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember merupakan bisnis kuliner yang berbasis kemitraan usaha yang melakukan strategi pemasaran dalam meningkatkan keberhasilan usahanya, Kober Mie Setan saat ini adalah bisnis kuliner yang sedang kompetitif dengan bisnis kuliner lainnya yang sejenis. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember menggunakan 4 aspek strategi pemasaran yaitu strategi produk, strategi tempat, strategi harga, serta strategi promosi.

#### 4.2.1 Strategi Produk

Produk yang dikembangkan Kober Mie Setan awalnya tidak bervariasi, produk yang ditawarkan hanya sebatas mie setan, es tuyul dan es pocong. Posisi Kober Mie Setan pada saat itu adalah pelopor mie bercirasa pedas di Kota Malang dan masih dengan konsep bisnis yang sederhana dan belum berkembang seperti saat ini. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh manajer Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember yang menyatakan, pada awalnya Kober Mie Setan hanya menjual tiga menu produk saja, namun seiring berjalannya waktu usaha kami semakin berkembang pesat sehingga muncul variasi dan inovasi produk baru. Kober Mie Setan berawal dari outlet kecil di jalan Soekarno-Hatta Kota Malang. Bisnis yang dirintis mulai dari nol kini semakin berkembang dengan outlet diberbagai kota.

Berdasarkan pernyataan manajer Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember dapat diketahui bahwa, pada awalnya memang bisnis ini dirintis mulai dari nol. Produk yang ditawarkan pun hanya satu jenis saja yaitu mie setan, es tuyul, dan

es pocong dan masih satu outlet belum memiliki mitra usaha diberbagai kota seperti saat ini. Dengan usaha dan kerja keras pemilik Kober Mie Setan mengembangkan bisnis kuliner yang dijalankannya, beliau mulai menambah variasi produk yang ditawarkan kepada konsumennya dan membuka peluang kemitraan usaha bagi investor yang berminat membuka outlet Kober Mie Setan di kota lain dengan syarat dan ketentuan Kober Mie Setan pusat. Produk yang dikembangkan oleh Kober Mie Setan adalah sebagai berikut:

a. Mie Setan

Mie setan merupakan hidangan sejenis cuimie yang direbus dengan level kepedasan mulai dari level 1 sampai level 5 dengan jumlah cabai yang bervariasi disetiap tingkatan levelnya. Seperti yang sudah dikemukakan oleh manajer Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember yang menyatakan:

*“Produk awal kami merupakan menu yang bernama mie setan dengan kepedasan yang bisa dipilih mulai dari level 1 cabai 12, level 2 cabai 25, level 3 cabai 35, level 4 cabai 45, dan level 5 cabai 60. Mie setan juga disertai dengan taburan daun bawang, selada, kornet sapi, siomay kukus, dan pangsit goreng sebagai garnish” (P, 21 Th).*

b. Mie Iblis

Mie Iblis merupakan hidangan sejenis cuimie yang direbus kemudian digoreng ditambahi dengan kecap, dengan level kepedasan yang bisa dipilih konsumen yaitu seperti yang dikemukakan oleh manajer Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember yang menyatakan:

*“Mie iblis merupakan produk baru yang awalnya dikembangkan Kober Mie Setan outlet Surabaya yang berada di Jalan Kaca Piring kemudian berkembang lagi pada outlet Kober Mie Setan di berbagai kota lainnya. Mie iblis dibedakan menjadi 3 level kepedasan yaitu level S 5 cabai, M 10 cabai, L 15 cabai. Dengan taburan daun bawang, kornet sapi, selada, siomay goreng dan pangsit goreng. Itulah perbedaan antara mie iblis dan mie setan” (P, 25Th).*

c. *Mie Angel*

*Mie angel* merupakan mie setan atau mie iblis tanpa cabai. *Mie angel* disediakan bagi konsumen yang tidak menyukai makanan bercitarasa pedas. Seperti yang dikemukakan oleh manajer Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember yang menyatakan:

*“Mie Angel merupakan terobosan baru dari kami mbak, meskipun konsumen terbesar kami adalah kalangan pelajar, mahasiswa atau kalangan muda kadang beberapa ada juga konsumen yang datang bersama keluarganya dengan membawa anak kecil yang tidak suka makanan pedas misalnya, jadi mie angel adalah mie setan atau mie iblis tanpa cabai dikhususkan bagi konsumen yang tidak menyukai makanan bercitarasa pedas” (P, 25 Th).*

d. *Request cabai*

*Request cabai* merupakan mie setan atau mie iblis yang dipesan konsumen dengan jumlah cabai sesuai permintaan konsumen, hal ini dikhususkan bagi konsumen yang ingin menikmati mie tapi cabai yang diminta melebihi batas yang ditetapkan pihak Kober Mie Setan. Seperti yang dikemukakan oleh manajer Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember yang menyatakan:

*“Request cabai diperuntukkan bagi konsumen yang sangat menyukai makanan pedas jadi mereka bisa request cabai sesuai keinginan dengan harga sama” (P, 25 Th).*

e. *Dimsum*

*Dimsum* merupakan varian menu pelengkap dalam Kober Mie Setan. Berbagai macam varian *dimsum* merupakan variasi dan inovasi produk terbaru dari Kober Mie Setan yang bertujuan agar konsumen tidak bosan dengan menu yang itu-itu saja. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh manajer Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember yang menyatakan:

*“Dimsum adalah varian inovasi produk baru kami mbak yang bertujuan agar konsumen tidak bosan dengan menu yang sama saat datang ke outlet kami. Menu dimsum yang kami tawarkan diantaranya hakau, siomay, kaicak, kaki ayam, bakpau pandan, sushi crab, lumpia ayam, udang rambutan, lumpia udang, udang keju. Terdapat 10 macam varian dimsum di Kober Mie Setan” (P, 21 Th).*

#### f. Minuman

Berbagai macam jenis minuman dalam outlet Kober Mie Setan mulai dari minuman dingin dengan campuran buah segar, susu dan sirup, dan minuman hangat serta tersedia air mineral. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh manajer Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember yang menyatakan:

*“Kober Mie Setan awalnya hanya memiliki 2 jenis minuman yaitu es tuyul dan es pocong, namun seiring berjalannya waktu kini kami sudah memiliki 21 jenis varian minuman diantaranya Ice genderuwo, Ice kuntilanak, Ice sunderbolong, Ice pocong, Ice tjampolay, Ice tuyul, Ice lachy splash, Ice baby milkshake, Orange splash, Seiske, Hot teh tarik, Ice lemon tea, Hot lemon tea, Ice tea, Hot tea, Hot milo, Hot orange, Hot cappucino, Cleo botol, Hot lime dan Lemon splash” (P, 21 Th).*

Pernyataan dari manajer Kober Mie Setan area Jember juga didukung dengan pernyataan informan pegawai bagian kasir yang menyatakan:

*“Kober mie setan pusat hingga kober mie setan diberbagai kota sudah berjalan 5 tahun dan inovasi produk yang ditawarkan dari waktu ke waktu semakin bervariasi dan tidak hanya sebatas mie dan minuman saja kini terdapat terobosan baru seperti dimsum” (SKS 19 Th).*

Pernyataan dari manajer Kober Mie Setan area jember juga didukung dengan pernyataan salah satu konsumen yang menyatakan:

*“Inovasi produk Kober Mie Setan dari awal sampe saat ini terus berkembang mbak, dari yang awalnya mie setan dan beberapa minuman saja kini ada juga mie iblis, mie angel, dimsum dan berbagai macam jenis varian minuman. Gak heran jika saya sebagai konsumen begitu menggemari berbagai macam jenis makanan dan minuman produk dari Kober Mie Setan” (AI 16Th).*

Berdasarkan beberapa pernyataan diatas dapat diketahui bahwa usaha kuliner Kober Mie Setan selalu menciptakan inovasi dan variasi produk untuk keberlangsungan usahanya. Dalam melakukan inovasi dan variasi produk Kober Mie Setan selalu memperhatikan pasar agar bisa diterima oleh target konsumen yang dituju sebagian besar merupakan kalangan pelajar, mahasiswa dan ada juga keluarga.



Hal ini bertujuan agar konsumen tidak jenuh dengan menu produk yang sudah ada dan tetap setia dengan produk Kober Mie Setan.

#### 4.2.2 Strategi Tempat

Salah satu aspek strategi pemasaran dalam penelitian ini adalah tempat pemasaran. Tempat atau saluran distribusi merupakan lokasi yang digunakan oleh suatu bisnis untuk dapat menyalurkan produk yang dihasilkan kepada konsumen. Tempat pemasaran dengan nama yang mudah diingat, mudah ditemukan dan terletak di lokasi yang strategis akan sangat membantu dalam kegiatan pemasaran suatu usaha dan memudahkan konsumen dalam menjangkau lokasi usaha tersebut. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh manajer Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember yang menyatakan:

*“Dalam menentukan lokasi pemasaran, Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember memilih tempat di pusat Kota Jember dan berada di daerah kampus karena pangsa pasar sebagian besar adalah anak muda dan tempat ini sekaligus juga bisa digunakan untuk berkumpul bersama teman atau keluarga. Konsep kitchen set yang didesain terbuka sehingga konsumen bisa melihat secara langsung proses penyajian hidangan. Dengan tempat yang didesain indoor dan outdoor hal ini bertujuan agar konsumen bisa memilih tempat duduk sesuai keinginan untuk menikmati hidangan. Terdapat mushola, toilet dan akses parkir yang luas untuk kenyamanan dan keamanan konsumen” (P, 21 Th).*

Tempat merupakan hal yang sangat penting dalam suatu usaha. Kober Mie Setan memilih tempat di pusat Kota Jember dan berada di daerah kampus karena pangsa pasarnya kalangan muda. Hal ini juga didukung dengan pernyataan, karyawan bagian kasir yang menyatakan:

*“Lokasi usaha kami berada di kawasan yang tepat sasaran dalam artian sasaran yang kami maksud adalah pelajar, mahasiswa atau kalangan yang menyukai makanan bercitarasa pedas” (SKS, 19 Th).*

Pernyataan tersebut juga didukung oleh pernyataan konsumen Kober Mie Setan area Jember yang menyatakan:

*“Letak Kober Mie Setan berada di daerah kampus mbak, terdapat tempat duduk yang didesain outdoor dan indoor, dilengkapi pula dengan mushola dan toilet serta area parkir yang cukup luas sehingga membuat saya dan teman-teman nyaman dan tidak bosan berada di tempat ini” (AI, 16 Th).*

Berdasarkan beberapa pernyataan diatas dapat diketahui usaha kuliner Kober Mie Setan yang berada di Jalan Karimata No.67 Kota Jember merupakan usaha kuliner yang terletak di lokasi yang strategis, di pusat Kota Jember dan berada di daerah kampus dan sudah tepat dengan pangsa pasar yang dituju yaitu kalangan pelajar, mahasiswa atau kalangan muda meskipun sebagian konsumen juga membawa serta keluarga dalam berkunjung ke outlet tersebut. Keunggulan lain dari Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember yaitu akses parkir yang cukup luas, outlet yang didesain *outdoor* dan *indoor*, toilet dan tersedia juga mushola untuk tempat beribadah konsumen.

#### 4.2.3 Strategi Harga

Harga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah produk dan pelayanan yang maksimal. Penetapan harga secara tepat dan kompetitif akan mempengaruhi keberhasilan suatu usaha dalam melakukan kegiatan pemasaran. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh manajer Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember yang menyatakan:

*“Menentukan harga produk makanan dan minuman dengan harga terjangkau. Penetapan harga disesuaikan dengan kualitas produk makanan dan minuman serta daya beli konsumen. Dalam menetapkan harga juga membandingkan dengan harga jual produk pesaing makanan sejenis” (P, 21 Th).*

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa dalam menentukan harga suatu produk Kober Mie Setan juga melihat dari segi harga bahan baku makanan dan minuman, kualitas produk, daya beli konsumen dan harga jual produk pesaing makanan sejenis. Pernyataan dari manajer juga didukung dengan pernyataan karyawan bagian kasir yang menyatakan:

*“Dalam menentukan harga jual produk, kami membuat ukuran atau patokan dari harga bahan baku makanan-minuman dan harga jual produk pesaing yang sejenis dengan produk kami, hal ini dilakukan agar produk kami tidak kalah bersaing dengan produk pesaing makanan sejenis dan sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen” (SKS 19 Th).*

Pernyataan tersebut diperkuat dengan pernyataan manajer Kober Mie Setan area Jember yang menyatakan:

*“Manajemen kober mie setan pusat di Kota Malang juga turut andil dalam menentukan harga jual produk mbak, jadi dalam menentukan harga jual produk merupakan penetapan harga jual yang di tetapkan oleh pihak kober mie setan pusat. Apabila harga cabai melonjak naik kami juga tidak serta-merta langsung menaikkan harga jual produk, tetapi kami tetap menjual produk kami dengan harga jual yang sama. Menurut pengalaman kami kenaikan harga cabai hanya sementara meskipun dengan adanya kenaikan harga cabai otomatis laba usaha kami menurun, ya itu sudah saya anggap sebagai resiko, untungnya kami juga sudah punya langganan pemasok cabai yang sudah kami percaya. Khusus untuk cabai kami tidak memasok cabai dari kober mie setan pusat melainkan kami punya pemasok cabai sendiri dari daerah Jember”(P, 21 Th).*

Penentuan harga jual produk Kober Mie Setan dengan patokan harga bahan baku, harga jual produk pesaing yang sejenis serta kemampuan daya beli konsumen.

Hal ini didukung dengan pernyataan konsumen yang menyatakan:

*“Saya pelajar kelas XI SMA mbak, bagi saya dan teman-teman harga jual produk kober mie setan bagi kalangan pelajar atau mahasiswa sekalipun sudah sangat terjangkau dengan kualitas rasa dan fasilitas konsumen yang cukup memadai jika dibandingkan dengan produk pesaing makanan yang sejenis”(AI, 16 Th).*

Berdasarkan hasil penelitian melalui data daftar menu dan harga yang diberikan oleh Kober Mie Setan Area Jember berikut adalah perinciannya.

Tabel 4.1 Daftar Harga Mie Produk Kober Mie Setan Jember

NO.	NAMA PRODUK	HARGA (Rp)
1.	Mie Setan	8500
2.	Mie Iblis	9500
3.	Bungkus mie (bagi produk yang dibawa pulang)	500
4.	Bungkus dimsum (bagi produk yang dibawa pulang)	500

Tabel 4.2 Daftar Harga Dimsum Kober Mie Setan Jember

NO.	NAMA PRODUK	HARGA (Rp)
1.	Dimsum Hakau	8500
2.	Dimsum Siomay	8500
3.	Dimsum Kaicak	8500
4.	Dimsum Ceker	8500
5.	Dimsum Pao	8500
6.	Dimsum Susi	8500
7.	Dimsum Lumpia Ayam	8500
8.	Dimsum Lumpia Udang	8500
9.	Dimsum Udang Keju	8500
10.	Dimsum Udang Ramb	8500

Tabel 4.3 Daftar Harga Minuman Kober Mie Setan Jember

NO.	NAMA PRODUK	HARGA (Rp)
1.	Cleo	3000
2.	Baby Shake	6000

3.	Genderuwo	9000
4.	Kuntilanak	7000
5.	Pocong	9000
6.	Saiske	6000
7.	Tjampolay	5000
8.	Sundel Bolong	6000
9.	Tuyul	5000
10.	Ice Lemon Tea	6000
11.	Ice Tea	5000
12.	Lemon Splash	6000
13.	Orange Splash	7000
14.	Lyche Splash	6000
15.	Hot Lemon	5000
16.	Hot Lemon Tea	6000
17.	Hot Orange	5000
18.	Hot Teh Tarik	5000
19.	Hot Milo	5000
20.	Hot Capucino	6000

Sumber: Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember

Berdasarkan berbagai pernyataan diatas dapat diketahui bahwa harga jual produk Kober Mie Setan area Jember ditentukan dari berbagai macam faktor diantaranya penentuan harga oleh pihak Kober Mie Setan pusat, harga bahan baku produk, harga jual pesaing produk sejenis dan juga berbagai pertimbangan lainnya, sehingga ditentukanlah harga jual produk Kober Mie Setan dengan berbagai macam pertimbangan tersebut.

#### 4.2.4 Strategi Promosi

Sesuai data yang diperoleh, dapat diketahui bahwa Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember selalu berusaha untuk meningkatkan penjualan produk di pasar dengan melalui penguatan aspek promosi, iklan yang semakin efektif dan variatif sesuai target pasar, maupun dengan cara pendekatan yang berbeda namun lebih membumi. Iklan dan promosi juga merupakan aspek yang paling penting dalam suatu usaha. Karena melalui iklan dan promosi sebuah produk pada perusahaan tertentu akan lebih dikenal oleh konsumen. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh manajer Kober Mie Setan yang menyatakan:

*“Promosi kami melalui media internet yaitu situs jejaring sosial twitter: @kobermiesetan, facebook: kober mie setan, website: koberbar.com, (getuk tular), dan melalui event-event tertentu dengan tujuan untuk mempromosikan produknya kepada konsumen, dengan memasarkan produk melalui internet bisa menjangkau konsumen secara luas tidak hanya konsumen di dalam Kota Jember” (P 21 Th).*

Berdasarkan pernyataan diatas dapat diketahui bahwa Kober Mie Setan dalam memasarkan produknya melalui situs jejaring sosial twitter: @kobermiesetan, facebook: kober mie setan, website:koberbar.com, (gethuk tular), dan event-event tertentu. Pernyataan tersebut didukung oleh pernyataan karyawan bagian kasir yang menyatakan:

*“Awalnya kober mie setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember dibuka tepatnya pada tanggal 20 Agustus 2014. Kami membagikan kupon makan gratis di outle tkober mie setan sejumlah 700 kupon. Kami membagikan kepada kampus dan sekolah terdekat, itulah cara promosi awal kami mbak agar kober mie setan lebih dikenal masyarakat. Kami juga mengikuti event-event tertentu yang diadakan di Jember misalnya jember colour run, dll semua itu kami lakukan untuk mempromosikan produk kami kepada konsumen”(SKS 19 Th).*

Pernyataan diatas diperkuat oleh pernyataan konsumen yang menyatakan bahwa:

*“Waktu itu saya dan teman-teman memang sudah mengetahui kober mie setan dari sosial media dan media elektronik tapi belum ada kober mie setan di Jember. Saya baru tau kober mie setan ada di Jember*

*setelah ada karyawan kober mie setan yang membagikan kupon makan gratis di kober mie setan sebagai tanda dibukanya kober mie setan di Kota Jember. Berawal dari kupon makan gratis tersebut saya dan teman-teman jadi ketagihan untuk makan ditempat ini. Apalagi saya yang memang menyukai makanan pedas ditambah lagi dengan suasana kober mie setan yang didesain indoor dan outdoor membuat saya nyaman berada di tempat ini (AI, 16 Th).*

Berdasarkan pernyataan diatas dapat diketahui bahwa promosi yang dilakukan oleh Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember cukup sederhana dengan membagikan 700 kupon pada saat awal pembukaan Kober Mie Setan pada tanggal 20 agustus 2014. Pada umumnya masyarakat memang sudah tidak asing lagi dengan nama Kober Mie Setan, karena sebelum di Jember outlet Kober Mie Setan sudah ada diberbagai kota. Selain dengan cara diatas dalam mempromosikan produknya saat ini kober mie setan promosi melalui sosial media seperti twitter: @kobermiesetan facebook: kober mie setan, website: @koberbar.com. Promosi melalui dunia maya selain murah juga sangat membantu dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat, selain itu pihak Kober Mie Setan juga mempromosikan produknya melalui *event-event* tertentu seperti *Jember Colour Run*. Promosi melalui *gethuk tular* atau pembicaraan dari konsumen yang sudah membeli kepada calon konsumen lain juga dirasa sangat membantu dalam meningkatkan volume penjualan.

### **4.3 Pembahasan**

Sesuai hasil penelitian yang telah dikemukakan diatas, dapat diketahui bahwa usaha kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember telah menggunakan beberapa aspek strategi dalam menjalankan usahanya. Adapun aspek strategi pemasaran yang digunakan diantaranya, strategi produk, strategi tempat, strategi harga, dan strategi promosi.

Strategi produk merupakan bagian dari strategi pemasaran yang mengupayakan peningkatan volume penjualan dengan cara menambah jumlah produk dan berkembangnya variasi dan inovasi produk baru yang bertujuan untuk

menghindari kejenuhan konsumen dengan produk yang sudah ada, sehingga dibutuhkan variasi dan inovasi produk agar konsumen tidak jenuh.

Kober Mie Setan dari yang awalnya outlet kecil di jalan Soekarno-Hatta Kota Malang dan hanya menjual 3 jenis menu diantaranya mie setan, es tuyul dan es pocong. Kini menu yang ditawarkan lebih bervariasi, karena seiring berjalannya waktu pemilik berinovasi dengan menjual berbagai macam produk baru. Awalnya hanya terdapat 3 (tiga) menu yang ditawarkan kini Kober Mie Setan melakukan inovasi dalam setiap menu produk yang ditawarkan kepada konsumen. Seperti yang diungkapkan oleh Assauri (2007:200) pengembangan produk dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk memahami kebutuhan dan keinginan pasar yang ada sehingga dapat memuaskan pasar yang telah tersedia. Berbagai macam jenis mie yang ditawarkan kepada konsumen diantaranya, mie setan, mie iblis, mie *angel*, dan *request* cabe.

Mie setan merupakan hidangan sejenis cuimie yang direbus disertai dengan siomay kukus, kornet sapi, pangsit goreng, selada dan taburan daun bawang dengan level kepedasan mulai dari level 1 sampai level 5 dengan jumlah cabai yang bervariasi disetiap tingkatan levelnya. Level 1 cabai 12, level 2 cabai 25, level 3 cabai 35, level 4 cabai 45, dan level 5 cabai 60. Semakin tinggi level yang dipilih konsumen jumlah cabai yang ditawarkan semakin banyak.

Mie iblis merupakan mie yang direbus kemudian digoreng ditambah dengan kecap disertai dengan siomay goreng, kornet sapi, selada dan taburan daun bawang dengan level kepedasan S 5 cabai, M 10 cabai, dan L 15 cabai dengan cabai bervariasi disetiap tingkatan levelnya. Perbedaan antara mie setan dan mie iblis yaitu mie setan tidak usah menggunakan kecap sedangkan mie iblis menggunakan kecap dan tingkatan level kepedasan mie setan dan mie iblis yang berbeda.

Mie *angel* merupakan mie setan atau mie iblis tanpa cabai, mie *angel* disediakan bagi konsumen yang tidak menyukai makanan bercitarasa pedas. Mie *angel* merupakan mie dengan terobosan baru. Mie *angel* biasanya dipesan oleh konsumen yang datang bersama keluarganya dengan membawa anak kecil yang



biasanya tidak suka makanan bercitarasa pedas atau konsumen yang sudah berumur dan tidak menyukai makanan pedas.

*Request* cabai merupakan inovasi terbaru dari Kober Mie Setan. Konsumen dapat memesan mie dengan jumlah cabai sesuai permintaan konsumen, berapapun jumlah cabainya harganya tetap sama. *Request* cabai merupakan produk mie setan atau mie iblis dengan level cabai yang bisa dipesan konsumen sesuai dengan cabai permintaan konsumen. *Request* cabai merupakan pilihan yang tepat bagi konsumen yang menyukai makanan bercitarasa pedas.

Berbagai macam menu minuman yang terdapat diberbagai outlet Kober Mie Setan dari yang awalnya es tuyul dan es pocong. Kini Kober Mie Setan memiliki berbagai macam inovasi menu minuman. Terdapat 25 varian menu minuman dingin diantaranya: air mineral, baby shake cappucino, baby shake teh tarik, es genderuwo, es kuntilanak, es pocong, es sundel bolong, es saisake, es tuyul, es tjampolay, ice lemon tea, ice tea shaker, lychee splash, orange splash, ice chocolate, ice avocado frappe, ice irish cream frappe, ice cookies & cream, ice green tea frappe, ice caramel frape, ice vanilla frape, ice haselnut frape, ice mocca frape, ice original frape, ice tarro frappe. Terdapat 20 varian menu minuman panas diantaranya: ronde, hot lime, hot lemon tea, hot hasselnut latte, hot tarro latte, hot irish latte, hot coffe latte, hot chocolate millo, hot tea tarik, hot green tea latte, hot caramel latte, espresso conpana, hot orange, hot chocolate, espresso, hot cappucino, hot tea, hot moccacino, hot americano, hot vanilla latte. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Kotler (2008:321) yang menyatakan, pengembangan produk yang baru berdasarkan tim atau kerjasama mendapatkan keunggulan kompetitif yang lebih besar dengan pasar yang lebih cepat.

Pada dasarnya produk yang ditawarkan oleh Kober Mie Setan dengan outlet yang menjual produk sejenis adalah sama, namun yang membedakan dengan outlet lain adalah terdapat menu dimsum, aneka mie yang bisa meminta cabai sesuai permintaan konsumen dan berbagai macam minuman yang lebih bervariasi. Kober Mie Setan kini sudah memiliki 7 (delapan) outlet diberbagai kota diantaranya Malang

terdapat 3 (tiga) outlet, Surabaya 2 (dua) outlet, Gresik, Bali, dan Jember. Dari masing-masing outlet diberbagai kota terdapat masing-masing 1 (satu) manajer area yang bertugas memimpin masing-masing outlet tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara dapat diketahui bahwa Kober Mie Setan pusat berperan penting dalam pemilihan lokasi usaha Kober Mie Setan diberbagai kota, ketersediaan bahan baku, perekrutan karyawan, penyediaan tempat tinggal karyawan, menentukan harga jual produk, dan mengawasi jalannya usaha bekerjasama dengan investor, manajer kober mie setan diberbagai kota dan karyawan lainnya. Perekrutan karyawan Kober Mie Setan juga memiliki kriteria tersendiri seperti pendidikan terakhir minimal SMA/SMK, masa percobaan atau *training* selama 3 bulan, bersedia ditempatkan di Kober Mie Setan diberbagai area/kota, selain itu keunggulan lain dari Kober Mie Setan terdapat jenjang karier bagi karyawan Kober Mie Setan yang bisa melakukan tugasnya dengan baik.

Kelebihan-kelebihan inilah yang menjadikan investor bergabung dan menjadi bagian dari Kober Mie Setan diberbagai area atau kota dan jajaran manajer area diberbagai kota beserta karyawannya, sehingga bisnis kuliner ini semakin berkembang dan berinovasi dari masa ke masa demi memberikan produk dan pelayanan terbaik kepada konsumen.

Tanggapan konsumen khususnya di Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember sangat baik dan menu yang ditawarkan begitu diminati konsumen, hal inilah yang membuat Kober Mie Setan semakin berkembang dengan laba yang sesuai target. Kritik dan saran dari konsumen juga digunakan sebagai wujud perbaikan Kober Mie Setan di masa yang akan datang. Kepuasan konsumen adalah tanggung jawab sebagai bentuk pelayanan terbaik. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Kotler (2008:321) menyebutkan, yang terpenting dalam pengembangan produk yang baru harus berpusat kepada pelanggan, yang dimulai dengan pemahaman menyeluruh mengenai kebutuhan dan nilai pelanggan dan memberikan pengalaman yang lebih memuaskan kepada pelanggan.

Strategi tempat atau saluran distribusi merupakan salah satu aspek strategi pemasaran yang memiliki peranan penting dalam meningkatkan permintaan suatu produk. Dalam hal ini tempat diartikan sebagai lokasi untuk menyalurkan produk yang dihasilkan kepada konsumen sebagai pasar sasaran yang dituju. Penentuan lokasi usaha secara tepat menjadikan hal yang penting dalam berlangsungnya suatu usaha dalam menarik konsumen. hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Zeithaml (2005:19) yang menyatakan tempat adalah gabungan dari lokasi dan distribusi yang berhubungan dengan cara penyampaian barang melalui lokasi yang strategis.

Kober Mie Setan pusat turut berperan dalam pemilihan lokasi usaha kuliner Kober Mie Setan di Kota Jember. Dengan pertimbangan yang sangat matang antara pemilik Kober Mie Setan pusat (BP 50th) dengan investor Kober Mie Setan area Jember (AZW 43th) sehingga ditentukan tempat pemasaran Kober Mie Setan yang strategis di Kota Jember yaitu Jalan Karimata No.67 Kota Jember. Dipilihnya Jalan Karimata No.67 Kota Jember dengan mempertimbangkan diantaranya, lokasi yang strategis di pusat Kota Jember dan berada di daerah kampus dan sekolah di Kota Jember, tanahnya yang luas sehingga terdapat tempat yang *outdoor* dan *indoor* bagi konsumen, *kitchen set* atau tempat memasak yang terbuka sehingga membuat konsumen bisa melihat proses memasak hingga penyajian hidangan, dilengkapi dengan mushola, toilet dan area parkir yang cukup luas.

Tampilan tempat pemasaran juga menjadi sebuah pertimbangan Kober Mie Setan dalam menarik konsumen. Kober Mie Setan memiliki desain yang menarik, terbilang unik, dan berbeda dari tempat lainnya dalam tempat pemasaran untuk memasarkan produknya. Seperti yang tampak dari luar misalnya tidak ada plakat atau papan nama dari usaha kuliner tersebut. Informasi atau pemberitahuan bahwa tempat tersebut adalah usaha kuliner yaitu melalui papan tulis (black board) berukuran 1 meter yang berisi daftar menu dan LCD tv berukuran 20inchi yang juga berisi daftar menu. Tempat duduk yang terbuat dari kayu, peralatan masak dengan standart hotel.

Tampilan tempat pemasaran adalah salah satu strategi Kober Mie Setan dalam menarik perhatian konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara dapat diketahui bahwa konsumen Kober Mie Setan begitu menyukai tempat Kober Mie Setan dan nyaman berada ditempat ini dengan fasilitas yang sudah diberikan oleh Kober Mie Setan. Tidak heran apabila mayoritas konsumen Kober Mie Setan melakukan pembelian berulang. Hal tersebut membuktikan bahwa Kober Mie Setan bisa diterima dengan baik oleh konsumen.

Strategi harga merupakan aspek pemasaran yang sangat penting dalam suatu usaha untuk mencapai laba atau keuntungan dalam menjaga kelangsungan usahanya. Dalam hal menetapkan harga Kober Mie Setan menetapkan harga secara tepat dan kompetitif. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Zeithaml (2005:9) harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh penjual dan pembeli melalui proses tawar-menawar ataupun ditetapkan oleh penjual.

Penetapan harga Kober Mie Setan berdasarkan harga bahan baku, pangsa pasar yang dituju dan harga jual produk pesaing yang sejenis tidak jauh berbeda dan bisa diterima oleh konsumen. Pada saat harga cabai melambung naik Kober Mie Setan juga tidak serta-merta menaikkan harga produk, melainkan menjual produk dengan harga tetap karena menurut Kober Mie Setan kenaikan harga cabai memang membuat laba menjadi berkurang, tetapi kenaikan harga cabai itu bersifat sementara. Kober Mie Setan juga sudah memiliki pemasok cabai tersendiri sehingga berbagai kendala mengenai kenaikan harga cabai dapat teratasi dengan baik. Sejauh ini konsumen menilai kisaran harga yang ditetapkan oleh Kober Mie Setan sudah sesuai dan harganya terjangkau bagi kalangan pelajar, mahasiswa atau keluarga. Harga sesuai dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang ditawarkan.

Strategi promosi merupakan kegiatan persuasif suatu bisnis untuk memperkenalkan produk atau jasa dengan berbagai macam cara promosi yang bertujuan agar produk atau jasa tersebut dikenal masyarakat. Strategi promosi sangat

penting dilakukan oleh suatu bisnis. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Tjiptono (2000:219) promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran yang berupa aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, atau membujuk, dan mengingatkan pasar atas perusahaan atau produknya yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Pada awal Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember dibuka, tepatnya pada tanggal 20 Agustus 2014. Kober Mie Setan sebelumnya sudah membagikan kupon sejumlah 700 kupon makan gratis dan disebar di sejumlah kampus dan sekolah terdekat. Hal ini dilakukan agar Kober Mie Setan lebih dikenal masyarakat. Tanggapan konsumen mengenai berbagai promosi yang dilakukan Kober Mie Setan sangat positif dan bisa diterima dengan baik. Hal ini terbukti dengan cara promosi yang sifatnya sederhana dan umum di mata masyarakat tetapi dapat meningkatkan volume penjualan produk.

Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember memperkenalkan produknya melalui berbagai macam cara agar dikenal masyarakat luas, diantaranya melalui dunia maya atau internet *website*; @koberbar.com, situs jejaring sosial seperti *facebook*: kober mi setan, dan *twitter*: @kobermiesetan. Promosi melalui internet merupakan hal yang sangat tepat, selain murah promosi melalui internet juga bisa menjangkau semua kalangan masyarakat dimanapun tempatnya.

Selain melakukan promosi melalui *internet*, Kober Mie Setan juga aktif mengikuti *event-event* tertentu dalam memperkenalkan produknya, misalnya pada *event jember color run*, dan berbagai macam event yang diselenggarakan oleh kampus misalnya yang bertujuan menarik minat konsumen. Promosi melalui (*gethuk tular*) hal tersebut juga sangat membantu, promosi seperti ini adalah ajang promosi yang tidak sengaja yang dilakukan oleh konsumen yang sudah membeli produk Kober Mie Setan dan mereka membicarakan produk kepada orang lain tentang Kober Mie Setan sehingga konsumen baru tertarik untuk datang ke tempat kami. Promosi seperti ini sangat membantu dalam proses pemasaran produk Kober Mie Setan selain untuk meningkatkan jumlah konsumen juga meningkatkan laba.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat diketahui bahwa konsumen awalnya melihat Kober Mie Setan seperti outlet yang menjual produk sejenis, namun semakin lama produk yang ditawarkan oleh Kober Mie Setan berbeda dan semakin bervariasi, sehingga membuat konsumen percaya dengan produk usaha kuliner Kober Mie Setan. Dengan demikian kepuasan konsumen yang dirasakan dapat menjadi keunggulan tersendiri oleh Kober Mie Setan, sehingga Kober Mie Setan menjadi perusahaan yang unggul dibandingkan usaha kuliner lain.



## BAB 5. PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Kober Mie Setan merupakan usaha kuliner dengan sistem kemitraan usaha atau bagi hasil antara pemilik Kober Mie Setan pusat dan investor area Jember. Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember merupakan usaha kuliner yang menerapkan strategi pemasaran diantaranya, strategi produk, strategi tempat, strategi harga dan strategi promosi.

Strategi produk dalam Kober Mie Setan yaitu melakukan variasi dan inovasi produk dari masa ke masa dengan menambah produk baru untuk berkembangnya usaha, strategi tempat yaitu pemilihan tempat usaha berada di lokasi yang strategis, aman dan nyaman bagi konsumen, strategi harga merupakan penetapan harga dengan mempertimbangkan harga bahan baku, harga produk pesaing dan harga yang ditetapkan sesuai dengan target konsumen yang dituju yaitu kalangan pelajar, mahasiswa dan keluarga, dan Strategi promosi dilakukan pembagian kupon pada saat awal pembukaan Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember. Promosi melalui internet seperti *website* dan situs jejaring sosial, selain itu promosi dilakukan dengan mengikuti *event-event* tertentu. Dan juga promosi melalui (*gethuk tular*) yang dilakukan oleh konsumen dengan konsumen baru lainnya.

Strategi pemasaran yang dilakukan tentunya memiliki hubungan timbal balik yang dirasakan oleh suatu usaha, hal ini terbukti dengan banyaknya konsumen yang begitu menggemari produk yang ditawarkan oleh Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember. Kepuasan konsumen menjadi tolak ukur yang utama yang menunjukkan keunggulan Kober Mie Setan dari outlet yang menjual produk sejenis lainnya.

## 5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian ini, saran yang dapat digunakan oleh Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember adalah sebagai berikut:

- a. Inovasi produk hendaknya selalu ditambahkan untuk menghindari kejenuhan konsumen dengan produk yang sudah ada.
- b. Hendaknya proses penyajian hidangan lebih dipercepat, agar konsumen tidak lama menunggu.
- c. Hendaknya menambah akses free wi-fi agar konsumen lebih nyaman berada di Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.



**DAFTAR BACAAN**

**Referensi Buku**

- Alma, Buchari. 2013. *Kewirausahaan*. Bandung :Alfabeta.
- Assauri, Sofjan. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Daryanto. 2013. *Pengantar Kewirausahaan*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Kasmir. 2006. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Longenecker G Justin, dkk. 2001. *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat (PT Salemba Emban Patria)
- Novitasari, Dyna. 2012. *Peluang Bisnis Kuliner Modal 2 Jutaan*. Yogyakarta: Andi.
- Radiany, Rahmady dan Andi Sularso. 2007. *Konsentrasi Pemasaran*. Surabaya: Mahardika.
- Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha dan Irawan. 2002. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia. 2000. *Prinsip dan Dinamika Pemasaran*. Yogyakarta: J & J Learning.
- Tjiptono, dkk. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Universitas Jember. 2011. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: UPT Penerbitan Universitas Jember.
- Widiastuti, Ira. 2010. *Mudahnya Usaha Kuliner Yang Kian Populer*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Wijayanti, Titik. 2012. *Managing Marketing Plan (Teori dan Aplikasi)*. Jakarta: PT Gramedia.

Zeithaml, Valane dan Mary Jo Bitner. 2005. *Service Marketing Integrating Customer Fokus Across The Firm*. 2thn Edition Frensicc Hall International Inc.

### **Referensi Skripsi**

Leonardus M. R. I. 2011. *Strategi Komunikasi Pemasaran Usaha Kuliner Bakpiapia Djogja Dalam Upaya Menghadapi Persaingan(Studi Deskriptif Tentang Strategi Pemasaran Bakpiapia Djogja Di Kota Yogyakarta)*. Skripsi. Universitas Pembangunan Nasional Veteran (UPN ) Yogyakarta.

Muhammad. H. K. 2011. *Strategi Pemasaran Bakso Daging Di PT Kepurun Pawana IndonesiaKabupaten Klaten*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.

### **Referensi Internet**

(<http://forum.kompas.com/ekonomi-umum/31352-perbedaan-konsep-wirausaha-dengan-sistem-franchise-dan-sistem-kemitraan.html>)

([http://www.langkahwirausaha.com/uploads/SERI\\_KEWIRAUSAHAAN\\_KEMITRAAN\\_USAHA\\_revisi.pdf](http://www.langkahwirausaha.com/uploads/SERI_KEWIRAUSAHAAN_KEMITRAAN_USAHA_revisi.pdf))

LAMPIRAN A

MATRIKS PENELITIAN

Judul	Permasalahan	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian
Strategi Pemasaran Usaha Kuliner Kober Mie Setan Jalan KarimataNo.67 Kota Jember.	Bagaimanakah Strategi Pemasaran Usaha Kuliner Kober Mie Setan Jalan KarimataNo.67 Kota Jember?	Strategi Pemasaran	a. Strategi Produk b. Strategi Tempat c. Strategi Harga d. Strategi Promosi	a. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara dan observasi awal dari subjek penelitian. b. Data sekunder yaitu data yang dapat melengkapi hasil penelitian yang diperoleh dari Usaha Kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata no.67 Kota Jember.	a. Metode penelitian: penelitian deskriptif kualitatif b. Tempat penelitian: dilaksanakan di Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember dengan menggunakan metode <i>purposive area</i> . c. Metode subjek dan informasi penelitian: <i>purposive</i> d. Sumber data: data primer dan data sekunder e. Metode pengumpulan data: wawancara mendalam, observasi dan dokumen. f. Analisis data: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan

**LAMPIRAN B****PEDOMAN PENELITIAN****1. Observasi**

No.	Data yang diraih	Sumber Data
1.	Strategi pemasaran usaha kuliner yang dijalankan oleh Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.	Informan penelitian yaitu Karyawan dan Konsumen Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.

**2. Wawancara mendalam**

No.	Data yang diraih	Sumber Data
1.	Strategi pemasaran yang dilakukan usaha kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.	Subjek penelitian yaitu Manajer Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.

**3. Dokumen**

No.	Data yang diraih	Sumber Data
1.	Sejarah berdirinya Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.	Data dari usaha kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.
2.	Data mengenai aneka jenis produk makanan dan minuman Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.	
3.	Strategi pemasaran yang dilakukan Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.	

**LAMPIRAN C****PEDOMAN WAWANCARA**

Pedoman wawancara secara mendalam (in-depth interview) untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh usaha kuliner Kober Mie Setan Jalan

Karimata No.67 Kota Jember.

**Pedoman wawancara subjek penelitian****I. Identitas informasi penelitian**

Nama :.....

Umur :.....

Jabatan :.....

Alamat :.....

**II. Strategi pemasaran usaha kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.****A. Sejarah usaha kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember**

1. Sejak kapan berdirinya Kober Mie Setan?
2. Bagaimana awal mula didirikannya Kober Mie Setan?
3. Harus membayar berapa jika ingin membuka usaha kemitraan Kober Mie Setan?
4. Bagaimana sistem pembagian keuntungan antara pemilik dengan orang yang membeli usaha kemitraan Kober Mie Setan?
5. Apakah semua konsep mulai dari pemilihan tempat, harga, makanan dan minuman yang dijual, rasa dan fasilitas berasal dari Kober Mie Setan pusat?
6. Apakah ini sistemnya hampir sama dengan bisnis franchise?
7. Apakah pihak kober mie setan ikut mengawasi dan merekrut karyawan Kober Mie Setan?

**B. Pemasaran**

1. Bagaimana cara memasarkan produk Kober Mie Setan kepada masyarakat?

2. Bentuk pemasaran seperti apa yang digunakan oleh Kober Mie Setan?
3. Kendala apa saja yang dihadapi oleh Kober Mie Setan dalam memasarkan produk kepada masyarakat?
4. Strategi pemasaran apa saja yang digunakan Kober Mie Setan untuk kemajuan bisnis ini?
5. Bagaimana volume penjualan Kober Mie Setan, setelah beberapa bulan di Jember?
6. Kober Mie Setan apakah sudah bisa dikatakan balik modal?
7. Bagaimanakah persaingan usaha kuliner mie dengan citarasa pedas di Kota Jember?
8. Kiat sukses apakah yang dilakukan agar usaha Kober Mie Setan dapat berjalan lancar?
9. Apakah tantangan terbesar yang dihadapi oleh Kober Mie Setan saat ini?

C. Strategi produk, strategi harga, strategi tempat, dan strategi promosi.

1. Strategi Produk
  - a. Apakah yang menjadi ciri khas produk Kober Mie Setan?
  - b. Produk makanan apakah yang paling diminati konsumen?
  - c. Produk minuman apakah yang paling diminati konsumen?
  - d. Apakah ada produk mie yang tanpa cabe?
  - e. Keunggulan apa yang ditonjolkan dari Kober Mie Setan?
2. Strategi Harga
  - a. Berapa kisaran harga untuk masing-masing produk Kober Mie Setan?
  - b. Apakah dalam penetapan harga Kober Mie Setan menyesuaikan dengan harga di pasaran?
  - c. Apakah harga yang sudah ditetapkan saat ini bisa mendapat laba sesuai target?
  - d. Apakah penetapan harga disesuaikan dengan kualitas produk?
3. Strategi Tempat

- a. Apakah letak di Jalan Karimata No. 67 Kota Jember merupakan lokasi yang strategis?
  - b. Apakah ada pertimbangan khusus dalam menetapkan lokasi pemasaran?
  - c. Terdapat fasilitas apa saja di Kober Mie Setan?
  - d. Apakah konsumen merasa nyaman dengan fasilitas yang tersedia di Kober Mie Setan?
  - e. Apakah ada rencana untuk menambah inovasi baru dari Kober Mie Setan?
4. Strategi Promosi
- a. Bagaimana cara promosi yang dilakukan Kober Mie Setan dalam memasarkan produknya?
  - b. Apakah promosi Kober Mie Setan sudah merupakan cara yang tepat untuk menarik konsumen?
  - c. Bagaimana tanggapan konsumen tentang promosi yang dilakukan Kober Mie Setan?
  - d. Apakah Kober Mie Setan sering mengikuti event tertentu untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat?

## PEDOMAN WAWANCARA

Pedoman wawancara secara mendalam untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh bisnis kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.

## Pedoman wawancara informan penelitian

## I. Identitas informan penelitian

Nama :.....

Umur :.....

Jabatan:.....

Alamat:.....

Wawancara dengan karyawan Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember

1. Apa saja persyaratan yang anda penuhi sehingga bisa menjadi karyawan Kober Mie Setan di Jalan Karimata No.67 Kota Jember?
2. Berapa jumlah karyawan Kober Mie Setan?
3. Apakah ada pelatihan khusus yang diberikan sebelum anda terjun untuk melayani konsumen secara langsung?
4. Jika ada pelatihan berapa lama pelatihan tersebut dilakukan?
5. Apakah setelah dilaksanakan pelatihan, ada masa uji coba atau training?
6. Jika ada training, berapa lama training tersebut?
7. Apakah ada pembagian kerja disini?
8. Apakah juga ada pembagian tugas dalam bisnis ini?
9. Sudah berapa lama anda bekerja disini?
10. Bagaimana cara anda melayani konsumen?
11. Apakah pernah ada komplain yang pernah dilakukan konsumen?
12. Jika ada komplain, apa masalahnya?



## PEDOMAN WAWANCARA

Pedoman wawancara secara mendalam untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh bisnis kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.

### Pedoman wawancara informan penelitian

Wawancara dengan konsumen Kober Mie Setan Di Jalan Karimata No.67 Kota Jember?

1. Apakah anda sering ke tempat ini?
2. Apakah anda termasuk penyuka makanan dengan selera pedas?
3. Apa yang paling anda suka dari tempat ini?
4. Menu apa saja yang sering anda pesan di tempat ini?
5. Apakah kira-kira ada pesan atau saran untuk perbaikan bisnis ini?

**LAMPIRAN D**

## TRANSKRIP WAWANCARA SUBJEK PENELITIAN

## I. Identitas Subjek Penelitian

Nama : Puji  
Umur : 21 Tahun  
Jabatan : Manajer Kober Mie Setan area Jember  
Alamat : Jalan Karimata No.67 Kota Jember

## II. Strategi Pemasaran Usaha Kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.

## A. Sejarah Usaha Kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember

Peneliti : Sejak kapan berdirinya Kober Mie Setan Jember?

*Narasumber : Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember resmi dibuka pada tanggal 20 Agustus 2014 dengan sistem kemitraan usaha dari kober mie setan pusat di Kota Malang.*

Peneliti : Bagaimana awal mula didirikannya Kober Mie Setan?

*Narasumber : Kober Mie Setan awalnya berada di Kota Malang mbak, usaha ini dibentuk hanya untuk mengisi waktu luang. Kober sendiri merupakan singkatan dari kelompok bermain. Modal awal usaha ini berasal dari penggalangan dana dari komunitas kober itu sendiri. Seiring berjalannya waktu usaha kuliner Kober Mie Setan terus berkembang dan pemilik berinisiatif membuka peluang kemitraan usaha bagi investor yang berminat untu membuka usaha kuliner Kober Mie Setan di kota lain dengan bahan baku, konsep tempat usaha dan karyawan berasal dari Kober Mie Setan Pusat.*

Peneliti : Apa visi dan misi dari usaha kuliner Kober Mie Setan?

*Narasumber : Visi kami yaitu Menciptakan menu produk berkualitas dan menjaga mutu produk, berinovasi dalam menciptakan menu produk baru dan*

*mensejahterakan kehidupan sosial ekonomi investor dan karyawan sedangkan Misi kami Kepuasan, kenyamanan dan keamanan konsumen menjadi prioritas utama sebagai tanggung jawab dalam memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. itulah visi dan misi dari usaha kuliner kami mbak.*

Peneliti : Produk apa yang awalnya bapak tawarkan kepada konsumen?

Narasumber : *Produk kober mie setan awalnya hanya sebatas mie setan, es tuyul dan es pocong waktu itu kober mie setan masih satu outlet berada di jalan Soekarno-Hatta Kota Malang dan belum ada sistem kemitraan usaha seperti saat ini.*

Peneliti : Bagaimana hubungan pemilik Kober Mie Setan dengan investor di berbagai kota atau area?

Narasumber : *Hubungan pemilik dengan investor diberbagai kota berjalan lancar dan sangat baik karena semua ketentuan sudah disepakati kedua belah pihak apabila salah satu tidak ada yang melanggar pasti akan berjalan dengan baik.*

Peneliti : Harus membayar berapa jika ingin membuka usaha kemitraan Kober Mie Setan?

Narasumber : *Dalam sistem usaha kemitraan Kober Mie Setan pusat menetapkan sesuai dengan kemampuan investor mbak, tapi kalo untuk Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember investor berinvestasi sekitar 1 Milyar. Penetapan disesuaikan dengan luas lokasi usaha dan berbagai pertimbangan yang telah disepakati bersama.*

Peneliti : Bagaimana sistem pembagian keuntungan antara pemilik dengan orang yang membeli usaha kemitraan Kober Mie Setan?

Narasumber : *Mengenai sistem pembagian keuntungan dibagi menjadi dua antara pemilik Kober Mie Setan Pusat dengan investor Kober Mie Setan area Jember.*

Peneliti : Apakah semua konsep mulai dari pemilihan tempat, harga, makanan dan minuman yang dijual, rasa dan fasilitas berasal dari Kober Mie Setan pusat?

Narasumber : *Semua konsep antara Kober Mie Setan diberbagai kota sama sesuai dengan yang ditetapkan Kober Mie Setan pusat.*

Peneliti : Apakah ini sistemnya hampir sama dengan bisnis franchise?

Narasumber : *Sistem yang digunakan mirip dengan franchise tapi kami bukan usaha franchise mbak tetapi sistemnya kemitraan usaha (bagi hasil).*

Peneliti : Apakah pihak Kober Mie Setan ikut mengawasi dan merekrut karyawan Kober Mie Setan?

Narasumber : *Kober Mie Setan pusat ikut mengawasi jalannya usaha dan merekrut karyawan dari yang awalnya karyawan di training sampai ditempatkan di Kober Mie Setan berbagai kota atau area.*

#### B. Pemasaran

Peneliti : Bagaimana cara memasarkan produk Kober Mie Setan kepada masyarakat?

Narasumber : *Pada saat opening Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember kami membagikan 700 kupon makan gratis di sekolah dan kampus sekitar outlet kober mie setan, hal ini bertujuan untuk menarik konsumen datang ke tempat kami.*

Peneliti : Bentuk pemasaran seperti apa yang digunakan oleh Kober Mie Setan?

Narasumber : *Bentuk pemasaran yang kami gunakan standar mbak, yang umum saja yang penting bisa menarik konsumen untuk datang ke tempat kami.*

Peneliti : Kendala apa saja yang dihadapi oleh Kober Mie Setan dalam memasarkan produk kepada masyarakat?

*Narasumber : Kendala yang kami hadapi, lebih kepada pasokan bahan baku mbak, kadang kami kehabisan bahan baku, sehingga harus membeli bahan baku yang masih kurang disini kan sebagian besar pasokan bahan baku dari Kober Mie Setan pusat mbak di Kota Malang.*

**Peneliti** : Strategi pemasaran apa saja yang digunakan Kober Mie Setan untuk kemajuan bisnis ini?

*Narasumber : Strategi yang digunakan oleh Kober Mie Setan diberbagai kota adalah sama, yaitu strategi pemasaran berupa, strategi produk, strategi tempat, strategi harga dan strategi promosi.*

**Peneliti** : Bagaimana volume penjualan Kober Mie Setan di Jember?

*Narasumber : Volume penjualan selama hampir setahun di Jember, alhamdulillah sangat bagus mbak. Setiap usaha pasti mengalami pasang surut tapi sejauh ini masih stabil dan bisa diatasi dengan baik.*

**Peneliti** : Kober Mie Setan apakah sudah bisa dikatakan balik modal?

*Narasumber : iya mbak, alhamdulillah kita sudah balik modal.*

**Peneliti** : Bagaimanakah persaingan usaha kuliner mie dengan citarasa pedas di Kota Jember?

*Narasumber : Persaingan dalam dunia usaha pasti ada saja dari outlet lain yang meniru produk kami, tetapi kami tidak menganggap hal itu sebagai persaingan melainkan kami terus berusaha agar produk kami terus berkembang.*

**Peneliti** : Kiat sukses apakah yang dilakukan agar usaha Kober Mie Setan dapat berjalan lancar?

*Narasumber : Tentunya variasi dan inovasi produk, kualitas produk dan kenyamanan konsumen menjadi prioritas utama dalam usaha kami, demi mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap produk kami.*

**Peneliti** : Apakah tantangan terbesar yang dihadapi oleh Kober Mie Setan saat ini?

*Narasumber : Tantangan yang kami hadapi adalah mempertahankan usaha kami agar tetap berjalan lancar dari masa ke masa.*

### C. Strategi Produk, Strategi Tempat, Strategi Harga, dan Strategi Promosi.

#### 1. Strategi Produk

Peneliti : Apakah yang menjadi ciri khas produk Kober Mie Setan?

*Narasumber : Ciri khas produk kami adalah makanan dan minuman yang terkesan horor dan mistis sehingga membuat konsumen penasaran untuk datang ke tempat kami. Produk awal kami merupakan menu yang bernama mie setan dengan level kepedasan yang bisa dipilih mulai dari level 1 cabai 12, level 2 cabai 25, level 3 cabai 35, level 4 cabai 45, dan level 5 cabai 60. Mie setan juga disertai dengan taburan daun bawang, selada, kornet sapi, siomay kukus, dan pangsit goreng sebagai garnish. Mie iblis merupakan produk baru yang awalnya dikembangkan Kober Mie Setan outlet Surabaya yang berada di Jalan Kaca Piring kemudian berkembang lagi pada outlet Kober Mie Setan di berbagai kota lainnya. Mie iblis dibedakan menjadi 3 level kepedasan yaitu level S 5 cabai, M 10 cabai, L 15 cabai. Dengan taburan daun bawang, kornet sapi, selada, siomay goreng dan pangsit goreng. Itulah perbedaan antara mie iblis dan mie setan. Dimsum adalah varian inovasi produk baru kami mbak yang bertujuan agar konsumen tidak bosan dengan menu yang sama saat datang ke outlet kami. Menu dimsum yang kami tawarkan diantaranya hakau, siomay, kaicak, kaki ayam, bakpau pandan, sushi crab, lumpia ayam, udang rambutan, lumpia udang, udang keju. Terdapat 10 macam varian dimsum di Kober Mie Setan.*

Peneliti : Produk makanan apakah yang paling diminati konsumen?

*Narasumber : Produk makanan yang paling sering diminati konsumen adalah mie setan dan mie iblis dengan level cabai sekitar 30 cabai keatas itu yang paling diminati konsumen.*

peneliti : Produk minuman apakah yang paling diminati konsumen?

*Narasumber : Produk minuman yang paling diminati konsumen adalah ice tuyul, terutama es tuyul merupakan minuman yang paling banyak dipesan konsumen minuman yang berisi buah segar, jeli dengan sirup dan susu dengan harga Rp. 5000 rupiah sangat digemari konsumen. Kober Mie Setan awalnya hanya memiliki 2 jenis minuman yaitu es tuyul dan es pocong, namun seiring berjalannya waktu kini kami sudah memiliki 21 jenis varian minuman diantaranya Ice genderuwo, Ice kuntilanak, Ice sunderbolong, Ice pocong, Ice tjampolay, Ice tuyul, Ice lachy splash, Ice baby milkshake, Orange splash, Seiske, Hot teh tarik, Ice lemon tea, Hot lemon tea, Ice tea, Hot tea, Hot milo, Hot orange, Hot cappucino, Cleo botol, Hot lime dan Lemon splash*

peneliti : Apakah ada produk mie yang tanpa cabe?

*Narasumber : mie angel merupakan mie yang dikhususkan bagi konsumen yang tidak menyukai makanan pedas. Mie Angel merupakan terobosan baru dari kami mbak, meskipun konsumen terbesar kami adalah kalangan pelajar, mahasiswa atau kalangan muda kadang beberapa ada juga konsumen yang datang bersama keluarganya dengan membawa anak kecil yang tidak suka makanan pedas misalnya, jadi mie angel adalah mie setan atau mie iblis tanpa cabai dikhususkan bagi konsumen yang tidak menyukai makanan bercitarasa pedas*

Peneliti : Keunggulan apa yang ditonjolkan dari Kober Mie Setan?

*Narasumber : Keunggulan kami adalah produk kami dari bahan baku yang berkualitas diolah dengan standar gizi dan kebersihan yang tepat. Terdapat juga request cabai bagi konsumen yang menyukai makanan*

*pedas dan levelnya melebihi batas yang ditentukan kober mie setan. Konsumen bisa request cabai dengan harga sama.*

Peneliti : Apa yang bapak lakukan agar usaha ini berkembang?

Narasumber : *Tentunya dengan selalu menambah variasi dan berinovasi dengan produk baru yang bisa diterima masyarakat dengan baik. Inovasi dan variasi dilakukan bertujuan agar konsumen tidak jenuh dengan produk yang sudah ada.*

Peneliti : Apakah ada rencana untuk menambah inovasi baru dari Kober Mie Setan?

Narasumber : *Rencana untuk menambah inovasi produk pasti ada mbak, tapi dalam menambah inovasi produk harus melalui beberapa tahap sebelum produk tersebut sampai ke tangan konsumen.*

## 2. Strategi Tempat

Peneliti : Apakah letak Kober Mie Setan di Jalan Karimata No.67 Kota Jember merupakan lokasi yang strategis?

Narasumber : *Pemilihan lokasi usaha di jalan karimata no.67 kota jember merupakan lokasi usaha yang strategis mbak, sesuai dengan target pangsa pasar kami. Dalam menentukan lokasi pemasaran, Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember memilih tempat di pusat Kota Jember dan berada di daerah kampus karena pangsa pasar sebagian besar adalah anak muda dan tempat ini sekaligus juga bisa digunakan untuk berkumpul bersama teman atau keluarga. Konsep kitchen set yang didesain terbuka sehingga konsumen bisa melihat secara langsung proses penyajian hidangan. Dengan tempat yang didesain indoor dan outdoor hal ini bertujuan agar konsumen bisa memilih tempat duduk sesuai keinginan untuk menikmati hidangan. Terdapat mushola, toilet dan akses parkir yang luas untuk kenyamanan dan keamanan konsumen.*



Peneliti : Apakah ada pertimbangan khusus dalam menetapkan lokasi pemasaran?

*Narasumber : Tentu saja ada pertimbangan khusus mbak, kami memilih lokasi usaha tidak hanya sekedar memilih, tetapi melalui pertimbangan yang cukup matang. Dalam memilih tempat pemilik Kober Mie Setan pusat dengan investor area jember saling bertukar pikiran dalam memilih lokasi usaha*

Peneliti : Terdapat fasilitas apa saja di Kober Mie Setan?

*Narasumber : Fasilitas yang kami sediakan standart mbak, diantaranya mushola, toilet, dan area parkir yang cukup luas.*

Peneliti : Apakah konsumen merasa nyaman dengan fasilitas yang tersedia di Kober Mie Setan?

*Narasumber : Alhamdulillah konsumen sudah merasa nyaman dengan fasilitas yang ada pada Kober Mie Setan.*

### 3. Strategi Harga

Peneliti : Berapa kisaran harga untuk masing-masing produk Kober Mie Setan?

*Narasumber : Kisaran harga produk mie setan bervariasi mbak mulai dari Rp. 8500-9500, Dimsum Rp. 8500, Minuman mulai dari Rp. 3000- Rp 9000. Semua data mengenai daftar harga jual produk dapat dilihat dari daftar harga jual produk kami mbak mengenai perinciannya.*

Peneliti : Apakah dalam penetapan harga Kober Mie Setan menyesuaikan dengan harga di pasaran?

*Narasumber : Kober Mie Setan selalu menyesuaikan harga dipasaran dan juga dengan mempertimbangkan harga bahan baku produk dalam menetapkan harga jual produknya.*

Peneliti : Apakah harga yang sudah ditetapkan saat ini bisa mendapat laba sesuai target?

*Narasumber : Harga yang sudah ditetapkan oleh kober mie setan sudah mendapatkan laba bahkan melebihi target yang sudah ditetapkan mbak.*

*Peneliti : Apakah penetapan harga disesuaikan dengan kualitas produk?*

*Narasumber : Iya mbak, pastinya dalam menetapkan harga kami sesuaikan dengan kualitas produk.*

*Peneliti : Bagaimana jika harga cabai naik apakah berpengaruh dengan harga jual produk?*

*Narasumber :Manajemen kober mie setan pusat di Kota Malang juga turut andil dalam menentukan harga jual produk mbak, jadi dalam menentukan harga jual produk merupakan penetapan harga jual yang di tetapkan oleh pihak kober mie setan pusat. Apabila harga cabai melonjak naik kami juga tidak serta-merta langsung menaikkan harga jual produk, tetapi kami tetap menjual produk kami dengan harga jual yang sama. Menurut pengalaman kami kenaikan harga cabai hanya sementara meskipun dengan adanya kenaikan harga cabai otomatis laba usaha kami menurun, ya itu sudah saya anggap sebagai resiko, untungnya kami juga sudah punya langganan pemasok cabai yang sudah kami percaya. Khusus untuk cabai kami tidak memasok cabai dari kober mie setan pusat melainkan kami punya pemasok cabai sendiri dari daerah Jember*

#### 4. Strategi Promosi

*Peneliti :Menurut bapak apakah promosi itu penting untuk mengembangkan usaha bapak?*

*Narasumber :Promosi merupakan kegiatan yang sangat penting dalam dunia usaha untuk memasarkan produk, dengan promosi produk kami jadi lebih dikenal masyarakat mbak meskipun promosi yang kami gunakan*

*sifatnya sangat umum tetapi bisa diterima dengan baik oleh masyarakat..*

**Peneliti** : Bagaimana cara promosi yang dilakukan Kober Mie Setan dalam memasarkan produknya?

*Narasumber* : Promosi yang kami lakukan pada awal Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember dibuka yaitu kami membagikan 700 kupon makan gratis di Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember pada Tanggal 20 Agustus 2014.

**Peneliti** : Apakah promosi Kober Mie Setan sudah merupakan cara yang tepat untuk menarik konsumen?

*Narasumber* : Promosi yang kami lakukan menurut kami sudah sangat tepat dan bisa diterima oleh konsumen. kami melakukan promosi melalui internet agar lebih dikenal luas oleh masyarakat, misalnya website: @koberbar.com, situs jejaring social seperti: facebook: kober mie setan, twitter: dan @kobermiesetan. Promosi dengan cara sederhana seperti gethuk tular yang dilakukan oleh konsumen juga sangat membantu konsumen lain untuk mengetahui usaha kami dan datang ke tempat kami.

**Peneliti** : Bagaimana tanggapan konsumen tentang promosi yang dilakukan Kober Mie Setan?

*Narasumber* : Tanggapan konsumen sejauh ini sangat positif dengan adanya promosi yang kami lakukan.

**Peneliti** : Apakah Kober Mie Setan sering mengikuti event tertentu untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat?

*Narasumber* : Iya mbak kami juga sering mengikuti event-event tertentu agar Kober Mie Setan lebih dikenal masyarakat, diantaranya melalui event jember colour run, komunitas otomotif dan lain sebagainya.

## TRANSKRIP WAWANCARA

Pedoman wawancara secara mendalam untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh bisnis kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.

Transkrip wawancara informan penelitian

## I. Identitas informan penelitian

Nama :Siti Kholifatus Sakdiah

Umur : 19 Tahun

Jabatan:Karyawan bagian kasir

Alamat:Jalan Karimata No.67 Kota Jember

Wawancara dengan karyawan Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember

Peneliti : Sejak kapan anda bekerja di Kober Mie Setan?

*Narasumber : Saya bekerja di kober mie setan sejak Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember dibuka namun tidak langsung ditempatkan di kasir melainkan pada bagian pelayanan kepada konsumen, bagian dapur sampai akhirnya sekarang ditempatkan pada bagian kasir.Kober mie setan pusat hingga kober mie setan diberbagai kota sudah berjalan 5 tahun dan inovasi produk yang ditawarkan dari waktu ke waktu semakin bervariasi dan tidak hanya sebatas mie dan minuman saja kini terdapat terobosan baru seperti dimsum.*

Peneliti : Apa saja persyaratan yang anda penuhi sehingga bisa menjadi karyawan Kober Mie Setan di Jalan Karimata No.67 Kota Jember?

*Narasumber : Persyaratan yang saya penuhi yaitu lulusan SMA/SMK mbak, dan apabila diterima mengikuti training selama 3 bulan dan bersedia ditempatkan dimanasaja dalam artian ditempatkan di Kober Mie Setan di berbagai kota atau area.*

Peneliti : Berapa jumlah karyawan Kober Mie Setan?

*Narasumber : Karyawan kober mie setan sebanyak 14 karyawan mbak, yang terdiri atas manajer area jember (Puji), karyawan bagian kasir (Weli, Siti Kholifatus Sakdiah), karyawan bagian dapur (Vian, Bagus, Andri, Hafid, Novi, Lutvita), karyawan bagian pelayanan kepada konsumen (Vita, Oliv, Lutvi), dan karyawan bagian kebersihan (Junaidi, Angga).*

*Peneliti : Apakah ada pelatihan khusus yang diberikan sebelum anda terjun untuk melayani konsumen secara langsung?*

*Narasumber : Tentu saja ada mbak, pengarahan dari pihak kober mie setan pusat dan training selama 3 bulan sebelum saya menjadi karyawan tetap Kober Mie Setan.*

*Peneliti : Bagaimana letak usaha dan harga jual produk Kober Mie Setan??*

*Narasumber : Lokasi usaha kami berada di kawasan yang tepat sasaran dalam artian sasaran yang kami maksud adalah pelajar, mahasiswa atau kalangan yang menyukai makanan bercitarasa pedas. Dalam menentukan harga jual produk, kami membuat ukuran atau patokan dari harga bahan baku makanan-minuman dan harga jual produk pesaing yang sejenis dengan produk kami, hal ini dilakukan agar produk kami tidak kalah bersaing dengan produk pesaing makanan sejenis dan sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen.*

*Peneliti : Bagaimana cara promosi Kober Mie Setan?*

*Peneliti : Awalnya Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember dibuka tepatnya pada tanggal 20 Agustus 2014. Kami membagikan kupon makan gratis di outlet Kober Mie Setan sejumlah 700 kupon. Kami membagikan kepada kampus dan sekolah terdekat, itulah cara promosi awal kami mbak agar kober mie setan lebih dikenal masyarakat. Kami juga mengikuti event-event tertentu yang diadakan di Jember misalnya jember colour run, dll semua itu kami lakukan untuk mempromosikan produk kami kepada konsumen.*

*Peneliti : Apakah ada pembagian kerja disini?*

*Narasumber : Pembagian kerja pasti ada mbak, dari 14 karyawan kami mempunyai tugas dan tanggung jawab masing-masing.*

**Peneliti** : Sudah berapa lama anda bekerja disini?

*Narasumber : Saya bekerja disini sudah 2 tahun mbak, jenjang karir selama saya bekerja di Kober Mie Setan juga alhamdulillah mengalami kenaikan dan saya juga sudah berpindah-pindah outlet dar mulai kober mie setan bali sampai Kober Mie Setan Jember. Dari yang awalnya ditugaskan dibidang kebersihan sampai di Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember saya ditugaskan sebagai kasir.*

**Peneliti** : Bagaimana cara anda melayani konsumen?

*Narasumber : Cara saya melayani konsumen ya seperti teman-teman yang lain mbak. Saat ini saya ditempatkan dibagian kasir. Ya saya melayani pemesan menu dan pembayaran dengan meminta konsumen untuk menyebutkan namanya.*

**Peneliti** : Apakah pernah ada komplain yang pernah dilakukan konsumen?

*Narasumber : Komplain pasti ada saja mbak, tapi tidak sering. Jika ada komplain kami menyikapinya dengan bijak. Hal itu kami gunakan sebagai wujud perbaikan demi memajukan usaha kami.*

**Peneliti** : Jika ada komplain, apa masalahnya?

*Narasumber : Komplain dari pelanggan kepada saya biasanya mengenai antrian panjang di depan kasir dan lamanya penyajian hidangan itu biasanya yang dikeluhkan konsumen mbak.*

**Peneliti** : Apakah anda selalu memberikan pelayanan prima kepada konsumen?

*Narasumber : iya mbak demi kepuasan konsumen*

**Peneliti** : Apakah harapan anda pada kober mie setan?

*Narasumber : Semoga usaha kuliner kober mie setan semakin berkembang dan konsumen semakin percaya dengan produk kami sehingga usaha kuliner ini selalu ada seterusnya.*

## TRANSKRIP WAWANCARA

Pedoman wawancara secara mendalam untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh bisnis kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.

Pedoman wawancara informan penelitian

Nama : Arda Iqfuriah

Umur : 16 Tahun

Jabatan: Konsumen

Alamat: Jalan Gajah Mada

Wawancara dengan konsumen Kober Mie Setan Di Jalan Karimata No.67 Kota Jember?

Peneliti : Darimana anda tau tempat ini?

*Narasumber : Saya memang sudah lama tau tempat ini sejak kober mie setan booming di kota malang beberapa tahun lalu, tapi saya belum sempat mencobanya. Baru saat Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember dibuka saya datang ketempat ini.*

Peneliti : Kapan anda datang pertama kali ke tempat ini?

*Narasumber : Saya datang ke tempat ini pada awal Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember ini dibuka. Waktu itu disekolah saya ada pembagian kupon makan gratis pada saat opening Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember. Waktu itu saya dan teman-teman memang sudah mengetahui kober mie setan dari sosial media dan media elektronik tapi belum ada kober mie setan di Jember. Saya baru tau kober mie setan ada di Jember setelah ada karyawan kober mie setan yang membagikan kupon makan gratis di kober mie setan sebagai tanda dibukanya kober mie setan di Kota Jember. Berawal dari kupon makan gratis tersebut saya dan teman-teman jadi ketagihan untuk makan ditempat ini. Apalagi saya yang memang menyukai makanan pedas ditambah lagi dengan suasana kober mie*

*setan yang didesain indoor dan outdoor membuat saya nyaman berada di tempat ini*

Peneliti : Apakah anda sering ke tempat ini?

Narasumber : *Iya saya dan teman-teman sering sekali datang ketempat ini sekedar berkumpul dan makan bersama.*

Peneliti : Apakah anda termasuk penyuka makanan dengan selera pedas?

Narasumber : *iya mbak saya suka sekali makanan dengan citarasa pedas.*

Peneliti : Apa yang paling anda suka dari tempat ini?

Narasumber : *Hal yang paling saya suka dari tempat ini adalah tempatnya yang berbeda dengan outlet-outlet usaha sejenis yang lain. Tempatnya yang didesain indoor dan outdoor, bisa melihat juga proses memasak produknya, dilengkapi dengan toilet, mushola dan akses parkir yang luas.*

Peneliti : Menu apa saja yang sering anda pesan di tempat ini?

Narasumber : *Menu favorit saya adalah mie setan, es tjampolay dan es genderuwo.*

Peneliti : Apakah kira-kira ada pesan atau saran untuk perbaikan bisnis ini?

Narasumber : *Saran untuk Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember mungkin dari segi pelayanan ya mbak agar lebih cepat dalam menyajikan hidangan, dan mungkin juga ada akses free wifi bagi konsumen sehingga konsumen jadi lebih nyaman berada disini mbak. Ya mungkin itu saja mbak.*



**Lampiran E**

**FOTO PENELITIAN**



Gambar 1. Lokasi penelitian Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember



Gambar 2. Wawancara peneliti dengan Manajer Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember



Gambar 3. Wawancara peneliti dengan karyawan bagian kasir Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember



Gambar 4. Wawancara peneliti dengan konsumen Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember



Gambar 5. Proses pembuatan hidangan



Gambar 6. Menu Mie kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember




Gambar 7. Menu dimsum Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember



Gambar 8. Menu minuman Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember

## Lampiran F

	<p>KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI <b>UNIVERSITAS JEMBER</b> <b>FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN</b> Jalan Kalimantan Nomor 37 Kampus Bumi Tegalboto Jember 68121 Telepon: 0331-334988, 330738 Fax: 0331-334988 Laman: www.fkip.unej.ac.id</p>	
Nomor	: 3518 /UN25.1.5/LT/2015	07 JUN 2015
Lampiran	: -	
Perihal	: Permohonan Izin Penelitian	

Yth. Manager Kober Mie Setan  
Jl. Karimata No.67  
Jember

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa FKIP Universitas Jember di bawah ini.


Nama : Siti Maria Ulfa  
NIM : 110210301071  
Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial  
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Berkenaan dengan penyelesaian studinya, mahasiswa tersebut bermaksud melaksanakan penelitian di Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember dengan judul: "Strategi Pemasaran Usaha Kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember".

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon Saudara berkenan memberikan izin dan sekaligus memberikan bantuan informasi yang diperlukan.

Demikian atas perkenan dan kerjasama yang baik kami sampaikan terima kasih.

a.n. Dekan  
Pembantu Dekan I,

  
Dr. Sukatman, M.Pd  
NIP.10640123 199512 1 001

## Lampiran G



SURAT KETERANGAN PENELITIAN  
KOBER MIE SETAN  
JALAN KARIMATA No.67 KOTA JEMBER  
WEBSITE: koberbar.com

---

**SURAT KETERANGAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Puji  
Alamat : Jalan Karimata No.67 Kota Jember  
Jabatan : Manager Area Jember


Menerangkan bahwa:

Nama : Siti Maria Ulfa  
NIM : 110210301071  
Mahasiswa : Universitas Jember  
Fakultas : FKIP  
Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial  
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Orang tersebut diatas benar-benar melakukan penelitian skripsi di Kober Mie Setan yang beralamatkan di Jalan Karimata No.67 Kota Jember pada bulan februari sampai bulan juli 2015

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya, dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 10 juli 2015  
Puji



## Lampiran H



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162  
Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

## LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Siti Maria Ulfa  
NIM/Angkatan : 110210301071  
Jurusan/Program Studi : Pendidikan IPS/PendidikanEkonomi  
Judul Skripsi : "Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Kober Mie Setan"  
(Studi Kasus pada Mitra Usaha Kober Mie Setan  
Jalan Karimata No. 67 Kota Jember)  
Pembimbing I : Drs. Joko Widodo, M.M

## KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing I
1.	2-4-2015	Bab 1, 2, 3	JW
2.	8-4-2015	Revisi Bab 1, 2, 3	JW
3.	16-4-2015	all journal proposal	JW
4.	18-6-2015	BAB 4, 5	JW
5.	31-7-2015	Revisi BAB 4, 5	JW
6.	5-8-2015	Revisi Bab 4, 5	JW
7.			
8.			
9.			
10.			
11.			
12.			
13.			
14.			
15.			

## Catatan:

1. Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi.
2. Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162  
Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

#### LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Siti Maria Ulfa  
NIM/Angkatan : 110210301071  
Jurusan/Program Studi : Pendidikan IPS/PendidikanEkonomi  
Judul Skripsi : "Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Kober Mie Setan"  
(Studi Kasus pada Mitra Usaha Kober Mie Setan  
Jalan Karimata No. 67 Kota Jember)  
Pembimbing II : Drs. Pudjo Suharso, M.Si

#### KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing II
1.	2-4-2015	Judul	✓
2.	9-4-2015	BAB 1,2,3	✓
3.	16-4-2015	Revisi Bab 1,2,3	✓
4.	27-4-2015	Revisi Bab 1,2,3	✓
5.	11-5-2015	Revisi Bab 1,2,3	✓
6.	18-6-2015	BAB 4	✓
7.	1-7-2015	BAB 4	✓
8.	6-7-2015	BAB 4,5	✓
9.	10-7-2015	Revisi BAB 4,5	✓
10.	27-7-2015	Revisi BAB 4,5	✓
11.	7-8-2015	Acc Sidang	✓
12.			
13.			
14.			
15.			

#### Catatan:

- Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi.
- Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi



**Lampiran I.****DAFTAR RIWAYAT HIDUP****A. Identitas**

1. Nama : Siti Maria Ulfa
2. Tempat/ Tanggal Lahir : Lumajang, 18 Februari 1993
3. Agama : Islam
4. Nama Orang Tua
  - a. Ayah : Satuki
  - b. Ibu : Sholeka
5. Alamat Asal : Jalan Ciliwung, RT 05, RW 03, Kelurahan Jogoyudan, Kabupaten Lumajang

**A. Pendidikan**

No	Nama Sekolah	Tempat	Tahun Lulus
1	TK Jendral Sudirman	Lumajang	1999
2	SD Negeri Jogoyudan 02	Lumajang	2005
3	SMP Negeri 3 Lumajang	Lumajang	2008
4	SMA PGRI 1 Lumajang	Lumajang	2011