



**PENERAPAN BAURAN PEMASARAN PADA RUMAH MAKAN ISTANA
LELE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI DESA
BANYUPUTIH KECAMATAN BANYUPUTIH KABUPATEN
SITUBONDO**

SKRIPSI

Oleh

**PIPIT DAINUR RAHMAN
NIM 100210301025**

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

2017



**PENERAPAN BAURAN PEMASARAN PADA RUMAH MAKAN ISTANA
LELE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI DESA BANYUPUTIH
KECAMATAN BANYUPUTIH KABUPATEN SITUBONDO**

SKRIPSI

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

Oleh:

**PIPIT DAINUR RAHMAN
NIM 100210301025**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2017**

PERSEMBAHAN

Karya ini merupakan sebagian dari rangkaian proses yang masih panjang. Atas berkah dan rahmat Allah SWT, serta do'a dari orang-orang tersayang karya ini dapat terselesaikan.

Dengan rasa syukur dan tulus hati saya persembahkan karya ini kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Ibuku Almarhumah Sumiyem dan Moh. Romli yang telah memberikan perhatian, do'a, dukungan, pengorbanan, serta cinta dan kasih sayang yang tulus.
2. Adikku tersayang, Saiful Jamil dan Almarhum Surya Adinata yang selalu memberikan perhatian dan doa selama ini.
3. Bapak dan ibu dosen Pendidikan Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu dan bimbingan dengan penuh kesabaran;
4. Almamater kebanggaanku Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Al-Baqarah 286)*

"Mereka berkata bahwa setiap orang membutuhkan tiga hal yang akan membuat mereka berbahagia di dunia ini, yaitu; seseorang untuk di cintai, sesuatu untuk dilakuka, dan sesuatu untuk diharapkan."

(Tom Bodett)**

“Anda tidak bias mengubah orang lain, Anda harus menjadi perubahan yang Anda harapkan dari orang lain”

(Mahatma Gandhi)***

*Departemen Agama

RepublikIndonesia.1998.Alqur’andanTerjemahnya.Semarang:PT.KumudasmoroGrafindo.

** Tom Bodett

*** Mahatma Gandhi

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : PIPIT DAINUR RAHMAN

NIM : 100210301025

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENERAPAN BAURAN PEMASARAN PADA RUMAH MAKAN ISTANA LELE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI DESA BANYUPUTIH KECAMATAN BANYUPUTIH KABUPATEN SITUBONDO”** 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 sebenar-benarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan serta bersedia mendapat sanksi akademik jika di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 7 Juli 2017

Yang menyatakan,

Pipit Dainur Rahman
NIM 100210301025

PERSETUJUAN

**PENERAPAN BAURAN PEMASARAN PADA RUMAH MAKAN ISTANA
LELE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI DESA BANYUPUTIH
KECAMATAN BANYUPUTIH KABUPATEN SITUBONDO**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana Strata Satu (S1)
Dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Nama Mahasiswa : Pipit Dainur Rahman
NIM : 100210301025
Angkatan Tahun : 2010
Tempat, Tanggal Lahir : Situbondo, 27 Februari 1992
Jurusan/Program Studi : P.IPS/P.Ekonomi

Disetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Sukidin, M. Pd
NIP. 19660323 199301 1 001

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

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Penerapan Bauran Pemasaran Pada Rumah Makan Istana Lele Dalam Meningkatkan Penjualan Di Desa Banyuputih Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo” telah di uji dan disahkan oleh Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember pada :

Hari : Jumat

Tanggal : 7 Juli 2017

Tempat : Gedung I Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Tim Penguji:

Ketua

Sekretaris,

Dr. Sukidin, M. Pd
NIP. 19660323 199301 1 001

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

Anggota I,

Anggota II,

Drs. Bambang Suyadi, M. Si
NIP.19530605 198403 1 003

Dra. Sri Wahyuni, M. Si
NIP. 19570528 198403 2 002

Mengesahkan
Dekan, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Prof. Drs. Dafik, M.Sc, Ph.D
NIP. 19680802 1992 303 1 004

RINGKASAN

Penerapan Bauran Pemasaran Pada Rumah Makan Istana Lele Dalam Meningkatkan Penjualan Di Desa Banyuputih Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo, Pipit Dainur Rahman, 100210301025; 2017; 80 halaman; Jurusan IPS Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Di Kabupaten Situbondo terdapat banyak sekali rumah makan, khususnya di Kecamatan Banyuputih. Rumah makan merupakan salah satu sektor yang menyajikan hidangan kepada masyarakat serta menyediakan tempat guna menikmati hidangan dan juga menetapkan biaya tertentu untuk makanan dan pelayanannya. Kebiasaan makan diluar rumah menyebabkan rumah makan menjadi kebutuhan yang sudah tidak dapat dipisahkan. Peningkatan permintaan akan makanan menjadi peluang bagi pengusaha untuk membuka bisnis rumah makan. Pelayanan yang baik, lokasi yang strategis, kelezatan makanan hingga harga yang relatif merupakan ciri-ciri rumah makan yang akan mendapat lebih banyak pelanggan/konsumen. Salah satu rumah makan yang menggunakan peluang pasar adalah rumah makan Lele. Rumah makan ini terletak di desa Banyuputih Kabupaten Situbondo dengan nama “Istana Lele”. Untuk menarik setiap pelanggan tentunya harus memiliki produk yang jelas, tempat yang disediakan, kualitas yang bermutu hingga pelayanan yang bagus. Dari hal tersebut dapat dikaji di dalam wadah yang disebut bauran pemasaran. Pembauran pemasaran dapat mendukung kesuksesan dalam sebuah perusahaan. Permasalahan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana penerapan bauran pemasaran yang dilakukan rumah makan Istana Lele Dalam Meningkatkan Penjualan di Desa Banyuputih Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo?”. Dengan fokus kajian untuk mendeskripsikan dan menganalisis penerapan bauran pemasaran rumah makan Istana Lele di Desa Banyuputih Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo. Tempat penelitian ditentukan dengan menggunakan purposive area

yang dilaksanakan di Desa Banyuputih Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penentuan subjek penelitian menggunakan purposive sampling, yaitu peneliti menentukan secara sengaja subjek yang akan diteliti didasarkan atas adanya tujuan tertentu. Subjeknya yaitu rumah makan Istana Lele. Sumber data yang digunakan ialah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan terdiri dari metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Pengecekan data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan oleh rumah makan Istana Lele cukup beragam. Istana Lele menyediakan ikan Lele bakar dan goreng, ikan Gurami bakar dan goreng serta ayam goreng. Serta dalam penyajiannya pun cepat dan tempat yang disediakannya juga bersih. Untuk harga ikan Lele dalam satu porsi yang berisi 6 tusuk Lele Rp 32.000, sedangkan untuk ikan Gurami harganya mulai dari Rp 40.000-Rp 80.000 sesuai berat dari ikan Gurami tersebut, kemudian untuk ikan ayam Rp 17.000 dan nasinya setiap satu porsi Rp 5.000. Istana Lele dapat terkenal melalui mulut ke mulut. Seiring semakin banyaknya pelanggan, Istana Lele mulai melakukan promosi menggunakan media papan nama dan banner. Untuk menambah pelanggan dari berbagai daerah, Istana Lele melakukan promosi melalui sosial media atau internet. Istana Lele juga menyediakan layanan pesan antar untuk daerah Desa Banyuputih. Untuk pelayanan pesan antar ada biaya tambahan operasional yaitu biaya bahan bakar. Biaya ini tergantung jarak tempuh yang dituju. Dengan adanya pelayanan pesan antar ini, para pelanggan tidak perlu lagi datang ketempat Istana Lele untuk melakukan pemesanan.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dengan adanya penerapan bauran pemasaran yang dilakukan Istana Lele dapat memuaskan setiap pelanggannya. Dengan adanya hal tersebut maka dapat mempengaruhi kesuksesan rumah makan Istana Lele dan mengembangkan usahanya.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Penerapan Bauran Pemasaran Pada Rumah Makan Istana Lele Di Desa Banyuputih Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo”. Karya tulis ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Pendidikan Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Program Studi Pendidikan Ekonomi pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Sunardi, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember, dan Dr. Sukidin, M. Pd., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Dr. Sukidin, M. Pd selaku Dosen Pembimbing I dan Drs. Pudjo Suharso, M. Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatian guna memberikan bimbingan dan arahan demi terselesainya penyusunan skripsi;
3. Drs. Bambang Suyadi, M. Si selaku dosen penguji I dan Dra. Sri Wahyuni, M. Si selaku dosen penguji II yang telah memberikan masukan pada skripsi ini;
4. Semua dosen-dosen FKIP Program Studi Pendidikan Ekonomi yang selama ini telah banyak membimbing serta memberikan ilmu kepada penulis sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini;
5. Kepala Desa Banyuputih yang telah memberikan izin dalam penelitian ini sehingga saya bias menyelesaikan skripsi ini dan Pemilik Rumah Makan Istana Lele di Desa Banyuputih Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo yang turut membantu dalam pengumpulan data skripsi ini;
6. Teman seperjuangan Pendidikan Ekonomi Angkatan 2010, dan O Mega Dayu Sabatini, S.S yang telah mendukung dan membantu menyelesaikan skripsi ini;

7. Semua pihak yang membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu. Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga segala kebaikan dan dukungannya yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa sempurna hanyalah milik Allah SWT, oleh karena itu Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, 3 Juli 2017

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Landasan Teori	6
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	6
2.2.2 Pengertian Bauran Pemasaran	7
2.2.3 Komponen Bauran Pemasaran	7
2.3 Karangka Berpikir.....	18
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	19
3.1 Rancangan Penelitian	19
3.2 Metode Penentuan Daerah.....	19
3.3 Metode Penentuan Subjek	19
3.4 Definisi Konsep.....	20

3.5 Jenis Data dan Sumber Data	21
3.5.1 Jenis Data	21
3.5.2 Sumber Data.....	22
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	22
3.6.1 Metode Observasi	22
3.6.2 Metode Wawancara	22
3.6.3 Metode Dokumentasi	23
3.7 Teknik Analisis Data.....	23
3.8 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	24
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian	26
4.1.1 Kondisi Geografis	26
4.1.2 Penduduk	27
4.1.3 Perekonomian	27
4.1.4 Sejarah Rumah Makan Istana Lele	28
4.2 Hasil Penelitian.....	29
4.2.1 Produk.....	29
4.2.2 Harga.. ..	34
4.2.3 Promosi.....	36
4.2.4 Delivery Order	37
4.3 Pembahasan	39
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	42
5.1 Kesimpulan	42
5.2 Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN - LAMPIRAN	46

DAFTAR TABEL

	Halaman
4.1 : Jumlah Penduduk Kecamatan Banyuputih.....	27



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 : Karangka Berfikir Peneliti	18



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A. Matrik Penelitian	47
B. Tuntunan Penelitian.....	48
C. Pedoman Wawancara	49
D. Transkrip Wawancara	51
E. Surat Izin Penelitian	66
F. Lembar Konsultasi	68
G. Denah Penelitian	70
H. Daftar Riwayat Hidup	71
I. Dokumentasi	72

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ditengah sulitnya mendapat pekerjaan, banyak masyarakat yang memutuskan untuk berwirausaha. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya Usaha Kecil Menengah (UKM) yang mulai berkembang di Indonesia. Dari tahun ketahun, jumlah UKM yang ada di Indonesia semakin meningkat (menurut keputusan presiden RI no. 99 tahun 1998). Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan perlu di lindungi. UKM mengacu pada jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Berdasarkan kuantitas tenaga kerja, UKM biasanya mempunyai karyawan/jumlah tenaga kerja 5 sampai dengan 19 orang untuk usaha kecil. Sedangkan untuk usaha menengah biasanya mempunyai karyawan/jumlah tenaga kerja sebanyak 20 sampai dengan 99 orang.

Selain itu, UKM mempunyai peranan penting dalam memajukan perekonomian Indonesia. Selain sebagai salah satu alternatif untuk mengurangi pengangguran, UKM juga berperan dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi Indonesia. UKM merupakan salah satu sektor industri yang tidak terkena dampak dari krisis global dan mampu bertahan terhadap krisis-krisis ekonomi dari pada perusahaan-perusahaan yang berskala besar. Oleh karena itu, UKM dapat diperhitungkan sebagai salah satu cara untuk menjaga stabilitas ekonomi Indonesia.

Salah satu jenis UKM yang dilakukan adalah dengan membuka rumah makan. Rumah makan merupakan salah satu sektor usaha yang menyajikan hidangan kepada masyarakat serta menyediakan tempat guna menikmati hidangan, dan juga menetapkan biaya tertentu untuk makanan dan pelayanan. Kebiasaan makan diluar rumah menyebabkan rumah makan menjadi kebutuhan yang sudah tidak dapat dipisahkan. Peningkatan permintaan akan makanan menjadi peluang bagi pengusaha untuk membuka bisnis restaurant. Pelayanan yang baik, lokasi yang strategis, kelezatan makanan hingga harga yang relatif

merupakan ciri-ciri rumah makan yang akan mendapat lebih banyak pelanggan/konsumen.

Salah satu rumah makan yang menggunakan peluang pasar adalah rumah makan Lele. Rumah makan ini terletak di Desa Banyuputih Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo dengan nama “Istana Lele”. Istana Lele ini didirikan oleh bapak Sunardi sejak tahun 2002. Istana Lele merupakan usaha keluarga yang didasari oleh keluarga Sunardi yang memang mempunyai ternak lele. Tetapi, ternak budidaya lele milik Sunardi tidak berhasil. Sehingga pak Sunardi mulai mengolah lele dan mulai membuka warung kecil yang menjual lele bakar sebagai menu utama. Awalnya Istana Lele bertempat di sebuah rumah dinas Balai Penelitian Tanaman Pemanis dan Serat (BALITAS) yang tidak jauh dari tempat Istana Lele yang sekarang dan kurang strategis. Pelanggan awal Istana Lele adalah para santri dari pesantren Sukorjo dan masyarakat sekitar. Dengan berkembangnya usaha Istana Lele, pak Sunardi memutuskan untuk membuka rumah makan Istana Lele yang lebih strategis yaitu di Desa Banyuputih Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo.

Perkembangan usaha milik pak Sunardi berkembang dengan baik. Kini Sunardi memiliki karyawan sebanyak 12 orang. Dalam perkembangan usahanya, pak Sunardi menambahkan beberapa menu makanannya agar para pelanggan tidak merasa bosan. Kemudian dalam melakukan pelayanan yang baik terhadap pelanggan juga akan mempengaruhi peningkatan setiap perusahaan. selain itu, tempat yang strategis juga akan mempengaruhi perkembangan suatu perusahaan. kualitas produk yang diberikan Istana Lele sangat bagus, karena produk yang diberikan merupakan ikan segar yang diambil dari kolam yang berada di halaman rumah makan. Rumah makan Istana Lele juga memberikan harga yang cukup beragam sesuai dengan menu yang ditawarkan. Dalam pemberian harga, Istana Lele meletakkan menu yang dilengkapi dengan harga agar para pelanggan dapat mengetahui harga setiap jenis produk yang ditawarkan oleh rumah makan Istana Lele. Sehingga para pelanggan dapat menyesuaikan pesanan dengan harga yang telah ditentukan oleh pihak rumah makan.

Istana Lele juga melakukan promosi dalam meningkatkan usahanya. Hal ini bertujuan untuk memperkenalkan produk yang ditawarkan kepada pelanggan, sehingga memiliki daya tarik kepada pelanggan untuk membelinya. Selain itu, Istana Lele juga memberikan layanan pesan antar kepada para pelanggannya untuk daerah sekitar desa Banyuputih. Dalam melakukan pesan antar, para pelanggan dapat memesan melalui telepon atau sms kepada rumah makan Istana Lele. Sehingga para pelanggan tidak perlu datang ketempat rumah makan Istana Lele. Hal ini bertujuan untuk mendekatkan hubungan antara pemilik rumah makan dengan pelanggan. Dengan adanya pendekatan antara perusahaan dengan pelanggan, dapat meningkatkan perkembangan kepada usaha tersebut.

Dari uraian diatas merupakan satu kesatuan dari bauran pesaran yang tidak dapat dipisahkan. Dengan demikian, penulis mengambil judul “**Penerapan Bauran Pemasaran Pada Rumah Makan Istana Lele Dalam Meningkatkan Penjualan Di desa Banyuputih Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo**”.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana penerapan bauran pemasaran pada rumah makan Istana Lele dalam meningkatkan penjualan di desa Banyuputih Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo?

1.3 Tujuan Penelitian

Mendeskripsikan penerapan bauran pemasaran pada rumah makan Istana Lele dalam meningkatkan penjualan di desa Banyuputih Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah pengetahuan, pengalaman serta wawasan dibidang ekonomi khususnya pemasaran. Selain itu, penelitian ini juga digunakan untuk memperoleh gelar sarjana.

2. Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan bahan referensi di perpustakaan.
3. Bagi pemilik usaha rumah makan Istana Lele, penelitian ini diharapkan dapat membantu pemilik usaha untuk dapat mengevaluasi kebijakan atau strategi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan.
4. Bagi peneliti lain, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu referensi untuk melakukan penelitian yang sejenis.



BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Pada tinjauan pustaka ini akan membahas tentang penelitian terdahulu. Selain itu, landasan teori yang berkaitan dengan judul akan dijelaskan. Adapun konsep kajian pustaka dalam penelitian ini meliputi teori pembauran pemasaran yang mencakup produksi, harga, promosi dan delivery order.

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Ada beberapa peneliti yang sudah meneliti tentang bauran pemasaran. Salah satu penelitian tentang bauran pemasaran diteliti oleh Bayu Prasetyo Utomo (2015) dengan judul "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Mahasiswa Dalam Melakukan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember Angkatan 2011-2013)". Dalam penelitian ini, Utomo (2015) meneliti tentang pengaruh bauran pemasaran terhadap pengambilan keputusan mahasiswa untuk membeli *smartphone*. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran dapat memberikan kontribusi yang positif kepada mahasiswa dalam membeli *smartphone*.

Selain itu Saidah Istiqomah (2015) juga melakukan penelitian tentang bauran pemasaran dengan judul "Pengaruh Bauran Pemasaran dan Faktor Perorangan Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Berbelanja Di Matahari *Department Store* Kabupaten Jember". Dalam penelitian ini, Istiqomah (2015) menggunakan jenis penelitian kuantitatif untuk mengetahui keputusan konsumen dalam berbelanja di Matahari *Department Store*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran sangat berpengaruh terhadap konsumen untuk berbelanja.

Penelitian yang dilakukan oleh Utomo (2015) dan Istiqomah (2015) adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh bauran pemasaran terhadap minat konsumen untuk berbelanja. Berdasarkan penelitian tersebut, peneliti akan melakukan penelitian yang sama tentang bauran pemasaran dengan judul "Penerapan Bauran Pemasaran Pada Rumah Makan Istana Lele di Desa

Banyuputih Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo". Penelitian ini menggunakan rumah makan Istana Lele sebagai objek penelitian.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pengertian Pemasaran

Beberapa orang berpendapat bahwa pemasaran merupakan penjualan. Menurut Lamb, Hair dan McDaniel (2001: 6) memberikan definisi pemasaran sebagai berikut: pemasaran merupakan proses perencanaan dan menjalankan konsep, harga, promosi, dan distribusi sejumlah ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan tujuan individu dan organisasi. Sedangkan Kotler dan Amstrong (2008) menyatakan bahwa pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial dimana seorang pribadi maupun kelompok dapat memperoleh apa yang mereka butuhkan sesuai dengan yang mereka cari. Pemasaran ini mencakup hubungan antara penjual dan pembeli. Menurut (Assauri, 1987:5), pemasaran merupakan kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan dalam proses pertukaran.

Basu Swasta (2000: 10) menjelaskan mengenai konsep pemasaran, yaitu sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Saat ini konsep pemasaran sudah mengalami perkembangan bersamaan dengan semakin majunya teknologi. Apabila perusahaan ingin berhasil atau mempertahankan eksistensinya, ia harus dapat menanggapi cara-cara atau kebiasaan-kebiasaan dalam masyarakat.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan kegiatan tukar menukar baik barang maupun jasa antara penjual dan pembeli dimana pembeli dapat yang mereka butuhkan sedangkan penjual mendapat imbalan sesuai dengan penjualan. Oleh karena itu, pemasaran memiliki peranan penting dalam menjalankan dan mengembangkan usaha untuk memuaskan kebutuhan konsumen.

2.2.2 Pengertian Bauran Pemasaran

Setiap konsumen sebelum membeli sebuah barang atau jasa di pasar pasti akan mempertimbangkan beberapa hal yang diantaranya adalah produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan lingkungan fisik. Bauran pemasaran merupakan inti dan juga merupakan faktor yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan untuk mempengaruhi setiap konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Kotler dan Armstrong (2008: 62) menyatakan bahwa bauran pemasaran merupakan kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan di pasar sasaran. Sedangkan menurut Assauri (2007: 198) mengatakan bahwa bauran pemasaran merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen. Menurut Ad. Payne (1995: 31) bauran pemasaran adalah unsur atau elemen internal yang penting yang membentuk program pemasaran sebuah organisasi. Bauran pemasaran merupakan salah satu konsep universal yang telah dikembangkan dalam pemasaran.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran adalah kumpulan variabel pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran.

2.2.3 Komponen Bauran pemasaran

Dalam bauran pemasaran terdapat beberapa komponen pemasaran yang telah dikombinasikan untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran. Menurut Assauri (2007: 198) terdapat empat unsur atau variabel acuan/bauran pemasaran diantaranya adalah produk, harga, promosi dan distribusi. Namun distribusi dalam penelitian ini lebih cenderung kepada delivery order.

A. Produk

1. Pengertian Produk

Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dikonsumsi dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaan tersebut. Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan, garansi dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut.

Menurut Kotler dan Armstrong (2001: 346) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Menurut Gitosudarmo (1994: 177) menyatakan bahwa produk adalah segala sesuatu yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan manusia ataupun organisasi.

Sedangkan pengertian dari produk menurut Assauri (2007: 199) adalah penyediaan suatu barang yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan, sehingga dapat memuaskan para konsumennya dan sekaligus dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang, melalui peningkatan penjualan dan peningkatan *share* pasar. Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa produk adalah suatu penyediaan barang yang dapat ditawarkan ke pasar untuk konsumen sehingga dapat memenuhi kebutuhan para konsumen dan sekaligus dapat menguntungkan perusahaan.

2. Atribut Produk

Atribut produk adalah suatu komponen yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh pembeli "Gitosudarmo" (1994: 188). Adapun komponen-komponen atribut produk sebagai berikut:

a) Desain Produk (Penyajian)

Desain merupakan tampilan dari produk yang dibentuk dengan sedemikian rupa agar para konsumen dapat tertarik untuk membelinya. Menurut Gitosudarmo (1994: 192) desain atau bentuk produk merupakan atribut yang sangat penting untuk mempengaruhi konsumen agar mereka tertarik dan kemudian membelinya. Desain disini dalam Istana Lele adalah tampilan atau tatanan menu yang dihidangkan kepada pelanggan.

b) Merek atau Nama Perusahaan

Merek adalah nama, istilah, tanda atau lambang dan kombinasi dari dua atau lebih unsur tersebut, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi (barang atau jasa) dari seorang penjual atau kelompok penjual dan yang membedakannya dari produk saingan (Assauri, 2007: 204). Dengan adanya merek dagang dalam suatu perusahaan dapat mempermudah kepada konsumen untuk mengenalnya dan mengingatnya, selain itu untuk melindungi produk yang unik dari kemungkinan ditiru pesaing. Merek dagang yang menjadi objek penelitian adalah *Istana Lele*.

c) Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Kualitas menyatakan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan. Kualitas produk menunjukkan ukuran tahan lamanya produk itu, dapat dipercayainya produk tersebut, ketepatan produk, mudah mengoprasikannya dan memeliharanya serta atribut lain yang dinilai. Kualitas yang diberikan rumah makan Istana Lele adalah kualitas makanan yang disajikan yang benar-benar terjamin kelezatan dan kesehatan makanan yang disajikan.

d) Pelayanan (Services)

Pelayanan dalam hal ini sangat erat kaitannya dengan hal pemberian kepuasan terhadap pelanggan, pelayanan dengan mutu yang baik dapat memberikan kepuasan yang baik pula bagi pelanggannya, sehingga pelanggan dapat lebih diperhatikan akan keberadaannya oleh pihak perusahaan.

Menurut Assauri (1992: 149) definisi pelayanan adalah bentuk pemberian yang diberikan oleh produsen baik terhadap pelayanan barang yang diproduksi maupun terhadap jasa yang ditawarkan guna memperoleh minat konsumen, dengan demikian pelayanan mempengaruhi minat konsumen terhadap suatu barang atau jasa dari pihak perusahaan yang menawarkan produk atau jasa. Istana Lele memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian pesannya kepada pelanggan.

B. Harga

1. Pengertian Harga

Harga merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur yang lainnya hanya unsur biaya saja. Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya (Gitosudarmo 1994: 228). Menurut (Assauri, 1987:223), harga dapat mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan dan *share* pasar yang dapat dicapai oleh perusahaan

2. Tujuan Penetapan Harga

Peranan penetapan harga akan menjadi sangat penting pada persaingan yang semakin tajam dan perkembangan permintaan yang

terbatas (Assauri, 1987: 224). Dalam penetapan harga perlu diperhatikan faktor-faktor yang memengaruhinya baik secara langsung maupun tidak langsung. Faktor yang mempengaruhi secara langsung adalah harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, adanya peraturan pemerintah. Sedangkan faktor yang tidak langsung adalah harga produk sejenis yang dijual oleh para pesaing, pengaruh harga terhadap hubungan antara produk substitusi dan produk komplementer, serta potongan discount untuk para penyalur dan konsumen. Selain faktor tersebut, tujuan penetapan harga perlu ditentukan agar tujuan perusahaan tercapai. Menurut Assauri (1987: 224-227) Ada beberapa tujuan penetapan harga yang diambil, yaitu:

1. Memperoleh laba yang maksimum

Memperoleh laba yang maksimum merupakan salah satu penetapan harga yang paling lazim. Pencapaian tujuan ini dilakukan dengan cara menentukan tingkat harga yang memperhatikan total hasil penerimaan penjualan dan total biaya. Dalam hal ini, perusahaan menetapkan harga untuk memperoleh tingkat keuntungan yang maksimal.

2. Mendapatkan *share* pasar tertentu

Sebuah perusahaan dapat menetapkan tingkat harga untuk mendapatkan atau meningkatkan *share* pasar. Tujuan dari *share* pasar untuk mencapai kenaikan tingkat keuntungan di masa depan. Perusahaan percaya bahwa jika *share* pasar bertambah besar, maka tingkat keuntungan akan meningkat.

3. Memerah pasar (market skimming)

Dalam hal ini, perusahaan mengambil manfaat memperoleh keuntungan dari bersedianya pembeli membayar dengan harga yang lebih tinggi dari pembeli yang lain karena barang yang ditawarkan memberikan nilai yang lebih tinggi. Jadi perusahaan menetapkan harga yang tinggi untuk menarik kelompok pembeli dengan harga tinggi dengan kualitas produk yang mempunyai nilai tinggi.

4. Mencapai tingkat hasil penerimaan penjualan maksimum pada waktu

itu.

Perusahaan menetapkan harga untuk memaksimalkan penerimaan penjualan pada masa itu. Penetapan harga dengan tujuan ini biasanya terdapat pada perusahaan yang mungkin dalam keadaan kesulitan keuangan atau perusahaan yang menganggap masa depannya suram.

5. Mencapai keuntungan yang ditargetkan

Perusahaan menetapkan harga untuk mencapai tingkat laba yang berupa *rate of return* yang memuaskan.

6. Mempromosikan produk

Perusahaan menetapkan harga khusus rendah untuk mendorong penjualan bagi produknya. Hal ini bertujuan untuk menarik sebanyak mungkin pembeli membeli produk-produk lain yang dihasilkan perusahaan. Sebaliknya perusahaan menetapkan harga yang tinggi untuk memberi kesan bahwa produk itu merupakan produk yang bermutu tinggi.

3. Prosedur penetapan harga

Dalam menetapkan harga jual produk, suatu perusahaan harus memperhatikan konsumen akhir, penyalur, pesaing, pemasok, para pekerja dan pemerintah. Prosedur penetapan harga dikelompokkan menjadi tiga orientasi (Assauri 1987: 227-230), yaitu:

1. Penetapan harga dengan orientasi biaya

Dalam penetapan harga, semua biaya turut diperhitungkan termasuk pula biaya *overhead*. Penetapan harga ini dapat dilakukan dengan tiga cara, yaitu:

a. Penetapan harga secara mark-up (*mark-up pricing*).

Dalam hal ini harga jual ditetapkan dilakukan dengan cara menambah suatu persentase tertentu dari total biaya variabel atau harga beli dari seorang pedagang.

b. Penetapan harga dengan "cost plus" (*cost plus pricing*).

Harga jual ditetapkan dengan cara menambahkan persentase

tertentu dari total biaya (*cost of good sold*).

c. Penetapan harga sasaran (*target pricing*).

Dalam hal ini harga jual yang ditetapkan dapat memberikan tingkat keuntungan tertentu yang dianggap wajar. Penetapan ini akan memberikan target keuntungan tingkat total biaya dengan volume produksi standar yang diperkirakan.

2. Penetapan harga dengan orientasi permintaan

Penetapan harga ini didasarkan pada persepsi konsumen dan intensitas permintaan yang lebih ditekankan dari faktor biaya. Terdapat beberapa jenis strategi yang didasarkan pada orientasi permintaan, yaitu:

a. Penetapan harga berdasarkan persepsi atau penilaian konsumen terhadap suatu produk (*perceived value pricing*). Penetapan harga ini sangat mempengaruhi produk dipasar. Sehingga pengaruh ini perlu dipertimbangkan oleh produsen.

b. Penetapan harga dengan cara diskriminasi atau diferensiasi harga (*demand differential pricing*). Diskriminasi atau diferensiasi harga ini dilakukan dengan mempertimbangkan perbedaan permintaan yang dapat didasarkan pada langganan, produk, tempat dan waktu. Penetapan harga ini menekankan dasar pertimbangannya pada pola permintaan

3. Penetapan harga dengan orientasi persaingan

Dalam hal ini, harga para pesaing perlu dipertimbangkan dalam penetapan harga dari produk yang dihasilkan perusahaan. Sehingga harga yang ditetapkan oleh perusahaan dapat lebih tinggi, rendah atau sama dengan harga pesaing. Dalam penetapan harga dengan orientasi persaingan terdapat dua jenis penetapan, yaitu:

a. Penetapan harga dengan tingkat rata-rata industri. Perusahaan biaya melakukan penetapan ini karena perusahaan mengalami kesulitan untuk mengukur biaya, kesulitan untuk mengetahui reaksi dari pembeli serta pandangan bahwa dari pada mengganggu harga dipasar lebih baik mengikuti harga yang berlaku dipasar.

- b. Penetapan harga tender atau pelelangan (scaled-bid pricing). Harga penawaran yang ditetapkan diajukan dalam simpul tertutup, sedangkan pembeli dapat memilih penjual yang dianggapnya harga yang rendah dengan spesifikasi yang diharapkannya.

C. Promosi

1. Pengertian Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang diajukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka kenal dengan produk yang diajukan perusahaan kemudian menjadi senang lalu membeli produk tersebut (Gitosudarmo, 1994:120). Adapun alat-alat yang digunakan untuk mempromosikan produk sebagai berikut, yaitu:

a. Advertensi

Advertensi merupakan suatu bentuk penyajian dan promosi dari gagasan, barang atau jasa yang dibiayai oleh suatu sponsor tertentu yang bersifat nonpersonal (Assauri. 1987:268). Advertensi dilakukan oleh pengusaha lewat surat kabar, radio, majalah, bioskop, televisi ataupun poster-poster yang dipasang dipinggir jalan.

b. Promosi penjualan (sales promotion)

Promosi penjualan merupakan kegiatan perusahaan menjajakan produk yang dipasarkan sehingga konsumen akan lebih mudah untuk melihat (Gitosudarmo, 1994:120).

c. Personal selling

Personal selling merupakan penyajian secara lisan dalam suatu perusahaan dengan seseorang atau lebih calon pembeli dengan tujuan agar dapat terelisasinya penjualan (Assauri. 1987:268).

d. Publisitas (publication)

Publisitas merupakan cara yang digunakan oleh pengusaha untuk membentuk pengaruh secara tidak langsung kepada konsumen agar mereka tahu dan menyenangi produk yang dipasarkan (Gitosudarmo, 1994: 238). Cara tersebut dilakukan dengan cara memuat berita tersebut di

media. Dalam publisitas, berita yang disampaikan tidak komersil, sedangkan iklan lebih bersifat komersil dimana perusahaan yang memasang iklan tersebut harus membayar untuk keperluan tersebut.

Rumah makan Istana Lele pertama kali mempromosikan produknya melalui mulut ke mulut, kemudian menggunakan media cetak seperti *bener*. kemudian untuk menarik pelanggan lebih banyak dan dapat dikenal lebih luas, Istana Lele melakukan promosi menggunakan media internet.

D. Delivery Order

1. Pengertian Delivery Order

Delivery order adalah suatu pemasaran dan pemberian jasa dimana konsumen melakukan pemesanan atas produk yang disediakan produsen melalui media komunikasi seperti telepon atau internet dan produk yang dipesan akan diantar ketempat tujuan pemesan atau konsumen tanpa harus datang dan bertemu langsung dengan produsen. Delivery order atau layanan pesan antar merupakan salah satu layanan yang sangat populer saat ini. Selain mempermudah konsumen dalam mendapatkan produk yang diinginkan, layanan ini juga dapat membantu meningkatkan penjualan bagi perusahaan tersebut, karena kebanyakan masyarakat saat ini lebih suka memesan suatu produk untuk diantar ke rumah dari pada membeli langsung datang ke tempat penjualan.

2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Delivery Order

Dibawah ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi akan kesuksesan maupun kegagalan suatu layanan antar menurut Henriette Bjerreskov Dinitzen (2010) sebagai berikut:

1. Delivery time

Waktu pengiriman dari titik dimana pelanggan memesan produk sampai ke titik dimana produk tersebut tiba di pelanggan. Estimasi tiba

kedatangan biasanya menjadi patokan para pelanggan untuk mengetahui apakah layanan antar tersebut baik atau tidak.

2. *Delivery flexibility*

Merupakan penilaian sejauh mana pelanggan dapat memiliki pesannya secara fleksibel (waktu dan produk merupakan kunci utama). Saat dimana pelanggan membutuhkan produk dan produsen mampu memberikan sesuai dengan tempat dan waktu secara acak. Maka layanan tersebut dapat dikatakan fleksibilitas.

3. *Delivery accuracy*

Adalah penilaian dimana perusahaan dapat menjamin produk yang dikirim tepat dengan waktu yang dijanjikan dan tidak ada kekurangan maupun kesalahan items/produk yang dipesan. Hal ini dapat dilihat dari banyak atau sedikitnya pelanggan mengembalikan pesanan mereka sehingga perusahaan harus mengirimkan kembali produk sesuai yang dipesan.

4. *Stock service*

Penilaian dimana stock akan produk suatu perusahaan harus sesuai dengan orderan yang masuk dari pelanggan. Apabila stock perusahaan tidak sesuai maka hal ini dapat menjadi suatu pemicu kegagalan layanan antar. Pelanggan tidak akan puas apabila pemesanan sudah dilakukan tetapi produk yang diharapkan tidak diantar atau stock telah habis.

5. *After-sales service*

Kemampuan dimana suatu perusahaan dapat tetap mempertahankan para pelanggan setelah melakukan penjualan. Menciptakan strategi-strategi yang menarik bagi pelanggan dan terus mempertahankan standard kualitas pelayanan yang baik kepada pelanggan sebagai salah satunya. Sehingga pelanggan dapat menjadi pelanggan yang loyal terhadap perusahaan.

6. *Order management*

Faktor ini menjelaskan bagaimana perusahaan menangani informasi tentang pesanan pelanggan, apakah diinformasikan secara teratur dan sesuai

mengenai status pemesanan, kemungkinan penundaan atau perubahan pesanan dan berapa lama waktu yang dibutuhkan bagi perusahaan untuk merespon masalah yang timbul dari pelanggan ataupun perusahaan.

7. *Marketing and communication*

Menjelaskan bagaimana informasi yang diberikan oleh perusahaan terhadap pelanggan tentang produk yang dijual apakah sudah jelas dan dapat dimengerti oleh pelanggan. Bagaimana sebuah komunikasi dengan pelanggan merupakan suatu hubungan yang sangat penting dalam sebuah layanan antar. Lalu untuk marketing, penilaian apakah pemasaran yang dilakukan sudah berjalan dengan baik dan dapat meningkatkan profil untuk perusahaan.

8. *E-Information*

Merupakan fleksibilitas akan perusahaan atau informasi melalui media online. Info akan produk, cara pemesanan, kualitas produk, status pembayaran dan status pemesanan. Data akan informasi pelanggan merupakan hal yang penting dalam aspek keamanan sehingga data tersebut harus dijamin dan dijaga sebaik mungkin sebagai asset perusahaan.

2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dibuat untuk memberikan gambar penelitian yang akan dilakukan yaitu mengenai penerapan bauran pemasaran pada rumah makan Istana Lele dalam meningkatkan penjualan di Desa Banyuputih Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo. Berdasarkan teori yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka dapat digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.2 Kerangka Berfikir Bauran Pemasaran



Gambar: 2.1 kerangka berpikir

Bab 3. Metode Penelitian

Bab ini akan membahas tentang metode yang akan digunakan dalam penelitian ini. Adapun metode penelitian yang akan dijelaskan pada bab ini meliputi rancangan penelitian, daerah penelitian, subjek penelitian, definisi operasional konsep, jenis data dan sumber data, metode pengumpulan data, analisis data.

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian digunakan sebagai patokan dalam melakukan penelitian agar pelaksanaannya berjalan secara benar, baik dan lancar. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penentuan daerah penelitian menggunakan metode *purposive area*, yaitu desa Banyuputih Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo. Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti antara lain wawancara mendalam, observasi, dan dokumen. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif.

3.2 Metode Penentuan Daerah

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Banyuputih Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo. Penentuan daerah penelitian menggunakan *purposive area*, yaitu pemilihan penelitian secara sengaja oleh peneliti yang secara khusus dikaitkan dengan tujuan penelitian. Pemilihan Desa Banyuputih Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo sebagai daerah penelitian dilakukan karena terdapat perusahaan rumah makan yang menerapkan bauran pemasaran dalam meningkatkan penjualan.

3.3 Metode Penentuan Subjek

Metode penentuan subjek penelitian ini merupakan suatu cara untuk menentukan siapa yang akan diteliti. Penentuan subjek penelitian menggunakan *purposive sampling*, yaitu peneliti menentukan secara sengaja subjek yang akan

diteliti didasarkan atas adanya tujuan tertentu. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumah makan Istana Lele di Desa Banyuputih Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo. Peneliti memberikan batasan informasi bagi mereka antara lain:

- a. Sudah menjalankan usaha dagangnya lebih dari 10 tahun. Dengan demikian mengetahui perkembangan yang terjadi dalam usahanya. Selain itu, dapat mengetahui penerapan bauran pemasaran yang ditunjukkan untuk mendapatkan hasil maksimal.
- b. Pendapatan atau hasil benar-benar dari usaha dagang. Dalam keluarga tidak ada pekerjaan formal. Sehingga dapat mengetahui bagaimana penerapan bauran pemasaran dalam berwirausaha.

3.4 Definisi Konsep

3.4.1 Penerapan Bauran Pemasaran

Penerapan Bauran Pemasaran pada rumah makan Istana Lele pada penelitian ini adalah bagaimana penerapan bauran pemasaran yang dilakukan rumah makan Istana Lele dalam menjalankan usahanya. Komponen bauran pemasaran yang digunakan rumah makan Istana Lele dalam penelitian ini antara lain:

a. Produk

Produk yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kualitas produk yang ditawarkan, pelayanan yang diberikan dan jenis produk yang ditawarkan kepada para pelanggan sehingga pelanggan mendapatkan kepuasan.

b. Harga

Harga disini merupakan pemberian nominal biaya terhadap produk yang telah ditawarkan kepada pelanggan. Sehingga pelanggan dapat mengetahui harga setiap produk yang ditawarkan oleh rumah makan Istana Lele.

c. Promosi

Promosi merupakan suatu kegiatan menyebar luaskan informasi untuk mempengaruhi konsumen agar mereka mengenal dengan produk yang ditawarkan oleh rumah makan Istana Lele kemudian membeli produk tersebut.

d. Delivery Order

Delivery Order merupakan penjualan dimana konsumen dapat melakukan pemesanan atas produk yang disediakan oleh rumah makan Istana Lele melalui media komunikasi seperti telepon atau internet dan produk yang dipesan akan diantar ketempat tujuan pemesanan.

3.5 Jenis Data dan Sumber Data

3.5.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder:

a. Data primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, sehingga bisa memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari para narasumber (informan) yang meliputi hasil dari wawancara dan observasi.

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya, berupa dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari Kecamatan Banyuputih. Data sekunder ini mengenai data keadaan ekonomi, demografi, pesaing dan jumlah penduduk di kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo.

3.5.2 Sumber Data

1. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari pemilik rumah makan Istana Lele yang terletak di Desa Banyuputih Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo.
2. Sumber data tambahan diperoleh dari karyawan Istana Lele, pelanggan dari Istana Lele dan pesaing yang berada disekitar.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data digunakan untuk memperoleh hal-hal yang akurat, relevan dan sesuai dengan pokok permasalahan yang diteliti. Penelitian ini menggunakan metode wawancara (*interview*), metode observasi, dan metode dokumen untuk memperoleh data.

3.5.1 Metode Wawancara

Dalam penelitian ini, metode wawancara mendalam (*indepth interview*) dipilih untuk melakukan penelitian. Wawancara mendalam merupakan wawancara yang berusaha menggali sedalam-dalamnya dan mendapat pengertian yang seluas-luasnya dari jawaban yang diberikan oleh responden. Wawancara yang dilakukan dengan menggunakan tanya jawab sesuai dengan pertanyaan yang telah disusun oleh peneliti. Metode (*indepth interview*) dipilih agar peneliti dapat berkomunikasi langsung dengan subjek yaitu pengusaha rumah makan Istana Lele di Desa Banyuputih Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo. Dalam pelaksanaannya, peneliti membawa daftar pertanyaan yang telah disusun dan membawa alat bantu berupa *tape recorder* atau hp.

3.5.2 Metode Observasi

Observasi merupakan pengamatan yang dilakukan secara langsung pada objek penelitian untuk melihat tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan. Observasi digunakan untuk melihat kegiatan perusahaan Rumah Makan Istana Lele mulai dari proses produksi, proses pemasaran barang, dan hubungan pemilik dengan karyawan.

3.5.3 Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan metode yang digunakan peneliti untuk memperoleh gambar yang diambil dari setiap kegiatan yang dilakukan Istana Lele dalam melakukan setiap kegiatan. Metode dokumentasi dilakukan peneliti untuk melengkapi data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi. Dalam penelitian ini, peneliti juga menambahkan dokumen-dokumen yang diperoleh dari Kecamatan Banyuputih seperti peta Kecamatan Banyuputih.

3.7 Teknik analisis data

Teknik analisis data yang dilakukan adalah dengan cara mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data dalam kategori sesuai dengan rumusan masalah dalam penelitian, memilih data mana yang penting dan akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif dengan melakukan penjelasan deskriptif. Menurut Miles dan Huberman (1992) dalam Basrowi (2008:209) menyebutkan ada tiga kegiatan dalam analisis data kualitatif yaitu:

1. Reduksi data

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang yang tidak perlu dan menyusun data dalam suatu cara dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan. Hasil wawancara lapangan akan dituangkan dalam sebuah narasi yang kemudian disederhanakan dengan memilih hal-hal yang sejenis dan dibutuhkan serta mengelompokkan sesuai pembahasan agar lebih mudah dalam penyajiannya. Pembahasan atau tema pada penelitian ini adalah penerapan bauran pemasaran pada rumah makan Istana Lele di Desa Banyuputih Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo.

2. Penyajian data

Penyajian data dalam kualitatif dilakukan dengan uraian singkat, bagan, hubungan kategori atau sejenisnya. Tujuan untuk memudahkan membaca dan menarik kesimpulan. Dalam penyajian data penelitian ini, peneliti menggolongkan data tentang penerapan bauran pemasaran pada rumah makan Istana Lele di Desa Bnyuputih Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo.

3. Verification (penarikan kesimpulan)

Penarikan kesimpulan dalam kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya masih belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga diteliti menjadi jelas. Dapat berupa hubungan kasual, atau interaktif, hipotesis atau teori. Kesimpulan dalam penelitian ini diharapkan mampu menggambarkan penerapan bauran pemasaran pada rumah makan Istana Lele. Tujuan dari penarikan kesimpulan ini adalah menguji kredibilitas, kecocokan dan validitas dari hasil penelitian dilokasi.

3.8 Teknik Pemeriksaan Keabsahan data

Pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Menurut Moleong (2004:330) teknik tringulasi adalah pemeriksaan data dengan memanfaatkan sesuatu diluar data tersebut sebagai pembanding terhadap data yang diperoleh. Jadi data yang diperoleh dicek kebenarannya dengan membandingkan data yang diperoleh dari sumber lainnya. Dalam penelitian ini menggunakan informasi atau data dari informan tambahan sebagai pembanding yaitu karyawan rumah makan Istana Lele.

Secara rinci penggunaan teknik triangulasi yang dilakukan yakni pengecekan data dengan cara:

1. Membandingkan data dari hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, yakni membandingkan hasil observasi dengan hasil wawancara.

2. Membandingkan data berdasarkan apa yang dikatakan didepan umum dengan apa yang dilakukan secara pribadi, yaitu memilih fakta secara langsung dengan metode observasi.
3. Membandingkan data berdasarkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu, yaitu membandingkan informasi yang didapat sebelum penelitian dan waktu berjalannya penelitian.
4. Membandingkan keadaan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan.

Dalam penelitian ini, penelitian mencoba membandingkan hasil pengamatan langsung di lapangan dengan data yang diperoleh dari informan. Membandingkan fakta, keadaan nyata penerapan bauran pemasaran pada rumah makan Istana Lele dalam meningkatkan penjualan di Desa Banyuputih Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

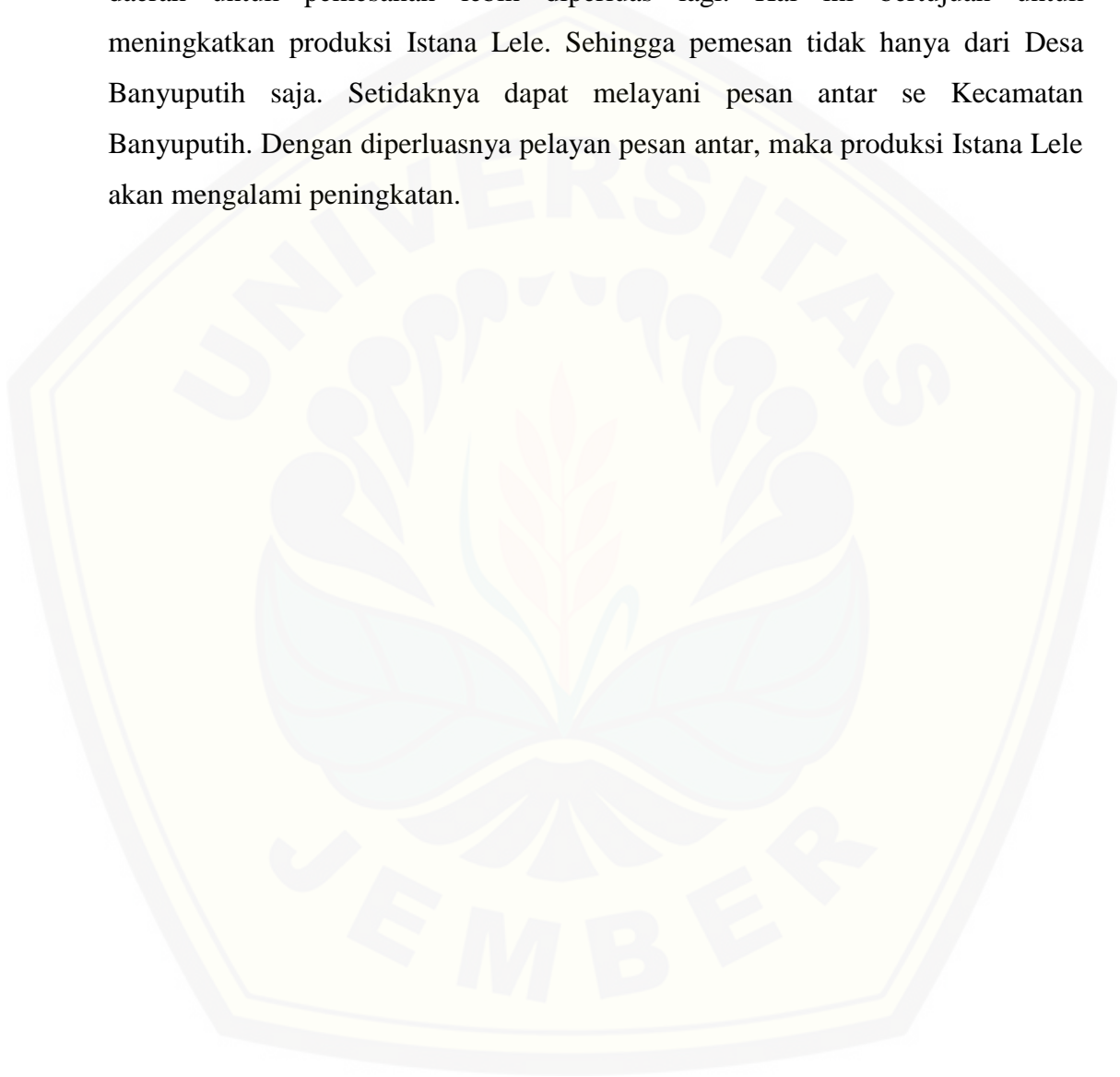
5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan secara langsung terhadap subjek penelitian mengenai Penerapan Bauran Pemasaran Pada Rumah Makan Istana Lele di Desa Banyuputih Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo ditemukan fakta, bahwa Istana Lele telah mengimplementasikan bauran pemasaran yang cukup baik yang meliputi beberapa komponen dari bauran pemasaran sebagai berikut: produk, harga, promosi dan distribusi (delivery order).

Dalam mengimplementasikan bauran pemasaran, Istana Lele memberikan pelayanan yang sangat baik serta kualitas makanan yang disajikan. Karena ikan yang akan disajikan oleh Istana Lele ini masih segar yang diperoleh dari kolam penangkaran sendiri. Selain itu, tempat untuk menikmati makanan disediakan dengan tempat yang bersih, luas dan terbuka sehingga dapat merasakan udara alam yang segar. Tempat yang strategis berada di pinggir jalan juga mendukung Istana Lele untuk meningkatkan penjualan. Dengan kualitas makanan yang disajikan serta tempat yang disediakan, harga yang diberikan oleh Istana Lele tentunya berbeda dengan warung-warung yang berada di pinggir jalan. Harga yang ditawarkan berbeda-beda sesuai dengan makanan yang dipesannya. Harga yang disediakan dipampang didekat kasir sehingga pelanggan dapat mengetahui harga setiap menu yang ditawarkan. Untuk meningkatkan penjualan, Istana Lele juga mempromosikan melalui wabset sehingga dapat tersebar luas informasi tentang Istana Lele dan menarik perhatian bagi pelanggan-pelanggan dari luar daerah. Istana Lele juga menyediakan pelayanan pesan antar untuk meningkatkan omset penjualannya. Jadi, pelanggan dapat memesan melalui alat telekomunikasi tanpa langsung datang ke Istana Lele. Pemesanan ini hanya melayani untuk daerah sekitar Istana Lele saja. Dengan demikian, rumah makan Istana Lele dapat meningkatkan penjualan dengan melakukan pembauran pemasaran.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini maka dapat diberikan saran guna perbaikan dalam meningkatkan keuntungan dan meningkatkan penjualan untuk rumah makan Istana Lele. Dalam melakukan pelayanan pesan antar, sebaiknya daerah untuk pemesanan lebih diperluas lagi. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan produksi Istana Lele. Sehingga pemesan tidak hanya dari Desa Banyuputih saja. Setidaknya dapat melayani pesan antar se Kecamatan Banyuputih. Dengan diperluasnya pelayanan pesan antar, maka produksi Istana Lele akan mengalami peningkatan.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Assauri, Sofjan. 1987. *Manajemen Pemasaran*: Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Assauri, Sofjan. 1998. *Manajemen produksi dan operasi*: Jakarta. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Indonesia.
- Assauri, Sofjan. 2007. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*: Jakarta. PT Raja Grafindo Persada
- Gitosudarmo, H. Indriyo. 1994. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Kothler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran edisi ke dua belas*: Jakarta. Erlangga.
- Lamb, Hair dan McDaniel. 2001. *Pemasaran*: Jakarta. Salemba Empat (Pt Salemba Emban Patria).
- Moleong, L. J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*: Bandung. Remaja Rosdakarya.

Tidak Dipublikasikan

- Diniy, Aluf dkk. 2015. UKM Istana Lele. Tugas Manajemen. Institut Agama Islam Ibrahimy Sukorjo, Situbondo.
- Istiqomah, Saidah. 2015. *Pengaruh Bauran Pemasaran dan Faktor Perorangan Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Berbelanja Di Matahari Departemen Store Kabupaten Jember*. Skripsi. Universitas Jember.
- Utomo, Bayu Prasetyo. 2015. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Mahasiswa Dalam Melakukan Pembelian Smartphone Samsung*. Skripsi. Universitas Jember.

Internet

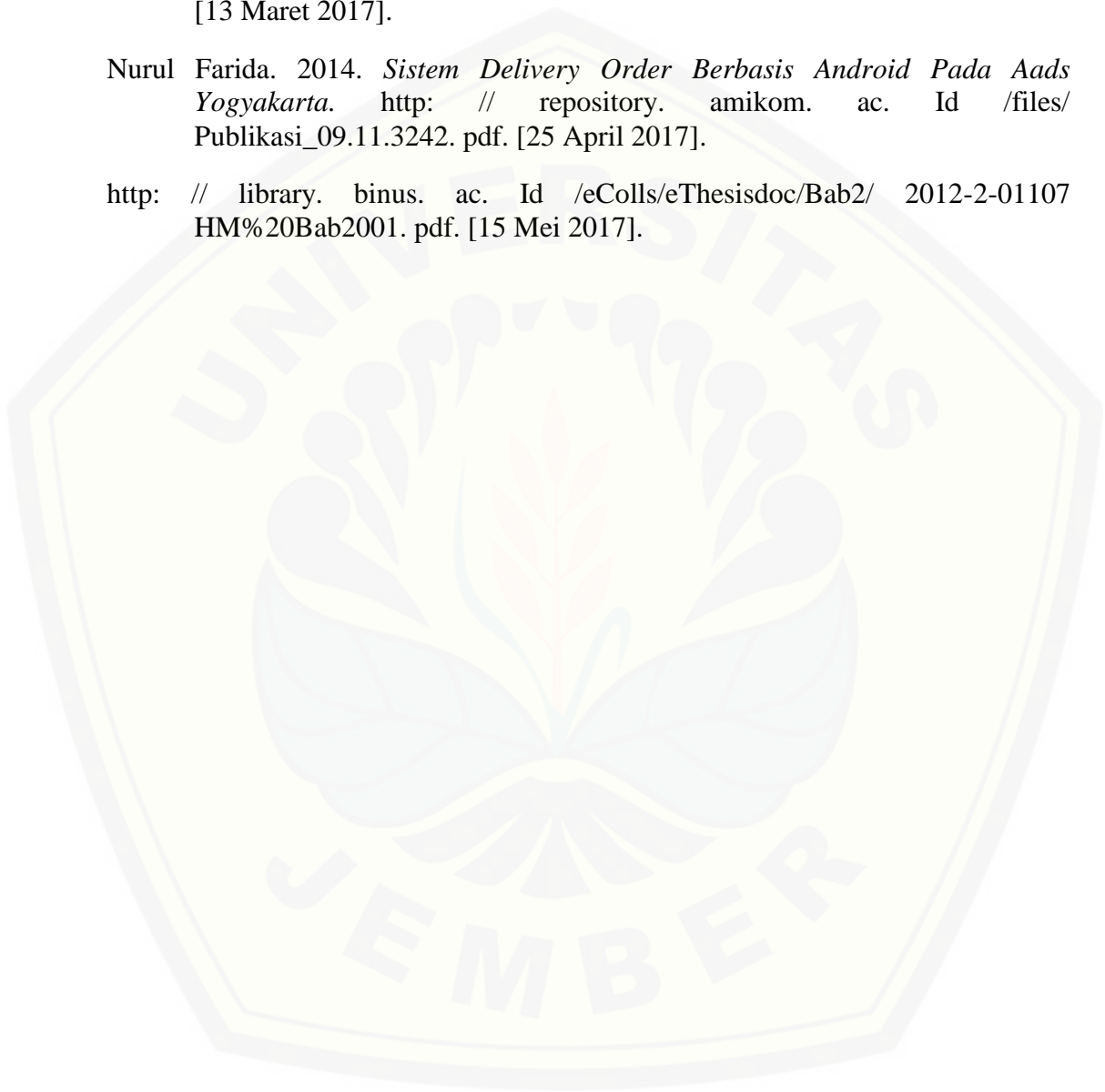
- Dayintapinasthika's. 2011. *Usaha Kecil Menengah (UKM)*. <https://dayintapinasthika.wordpress.com/2011/04/12/usaha-kecil-menengah-ukm/>. [25 Januari 2017].

Payne, Adrian. 2011. *Pengertian Bauran Pemasaran*. <http://pengertian-skripsi.blogspot.co.id/2011/02/pengertian-bauran-pemasaran.html>. [8 Maret 2017].

Mulyajho. 2015. *Pengertian Produk*. <https://surabaya.proxsisgroup.com/pengertian-produk-definisi-kualitas-produk-dan-dimensi-kualitas-produk/>. [13 Maret 2017].

Nurul Farida. 2014. *Sistem Delivery Order Berbasis Android Pada Aads Yogyakarta*. http://repository.amikom.ac.id/files/Publikasi_09.11.3242.pdf. [25 April 2017].

<http://library.binus.ac.id/eColls/eThesdoc/Bab2/2012-2-01107HM%20Bab2001.pdf>. [15 Mei 2017].



Lampiran: A

Matrik Penelitian

NO	JUDUL	RUMUSAN MASALAH	TUJUAN PENELITIAN	VARIABEL DAN INDIKATOR	SUMBER PENELITIAN	SUMBER DATA	TEMPAT PENELITIAN	METODE PENELITIAN
1.	Penerapan Bauran Pemasaran Pada Rumah Makan Istana Lele di Desa Banyuputih Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo	Bagaimana penerapan bauran pemasaran pada rumah makan Istana Lele di Desa Banyuputih Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo?	Mendeskripsikan penerapan bauran pemasaran pada rumah makan Istana Lele di Desa Banyuputih Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo	Variabel: 1.Lingkungan Internal 2.Lingkungan Eksternal Indikator: 1. Produk 2. Harga 3. Promosi 4. Delivery Order	Tempat penelitin di rumah makan Istana Lele Desa Banyuputih Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo	1.Data Primer Wawancara dan observasi langsung (dokumen) dengan subjek penelitian 2.Data sekunder Bapan Pusat Statistik (BPS)	Desa Banyuputih RT 03/RW 04 Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo	Jenis penelitian deskriptif/kualitatif Metode pengumpulan data 1.Wawancara 2.Observasi 3.Dokumen

Lampiran: B

TUNTUNAN PENELITIAN

1. Tuntunan Wawancara

No	Data yang Diperoleh	Sumber Data
1.	Identitas Pemilik UKM	Pemilik atau pimpinan
2.	Faktor Internal Istana Lele	Pemilik atau pimpinan
3.	Faktor Eksternal Istana Lele	Pemilik dan BPS

2. Tuntunan Observasi

No	Kegiatan Observasi	Sumber Data
1.	Kegiatan pembuatan jenis olahan lele	Rumah makan Istana Lele
2.	Kondisi tempat produksi	Rumah makan Istana Lele
3.	Gambaran umum kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo	Kantor kecamatan Banyuputih Toko subjek

3. Tuntunan Dokumen

No	Data yang Diambil	Sumber Data
1.	Peta kecamatan Banyuputih	Kantor Kecamatan banyuputih
2.	Keadaan ekonomi kabupaten Situbondo	Kantor Kecamatan banyuputih dan (BPS)
3.	Demografi kabupaten Situbondo	Kantor Kecamatan banyuputih dan (BPS)
4.	Teknologi untuk produksi	Pemilik
5.	Persaingan	BPS dan Pemilik

Lampiran: C

PEDOMAN WAWANCARA SUBYEK PENELITIAN

➤ **Identitas Subjek**

1. Nama :
2. Umur :
3. Alamat :
4. Pendidikan Terakhir :
5. Jenis Kelamin :

➤ **Faktor Internal Perusahaan**

A. Faktor Sumberdaya Manusia

1. Berapa jumlah tenaga kerja di rumah makan Istana Lele?
2. Bagaimana sistem pemberian upah/gaji di rumah makan Istana Lele?
3. Apakah struktur organisasi di rumah makan Istana Lele dapat terorganisir dengan baik?
4. Apa saja tugas-tugas dari karyawan rumah makan Istana Lele?

B. Produk

1. Apakah produksi yang disajikan di rumah makan Istana Lele beraneka ragam?
2. Bagaimana kualitas produksi rumah makan Istana Lele?
3. Apakah biaya operasional produksi cukup tinggi?

C. Harga

1. Bagaimana harga produksi rumah makan Istana Lele?
2. Apakah harga tersebut dapat dijangkau oleh konsumen?
3. Apakah keuntungan yang diperoleh produksi rumah makan Istana Lele selalu meningkat tiap tahunnya?

D. Promosi

1. Bagaimana promosi yang dilakukan oleh rumah makan Istana Lele?
2. Dengan media apa saja promosi itu dilakukan?

E. Delivery Order

1. Bagaimana prosedur untuk melakukan pemesanan?
2. Apakah ada biaya tambahan?
3. Daerah mana saja yang bisa melakukan delivery order?

*Lampiran: C***➤ Faktor Eksternal Perusahaan****A. Pesaing**

1. Apakah segmentasi pasar yang dilakukan rumah makan Istana Lele lebih baik dibanding rumah makan sejenis?
2. Apa saja rumah makan yang menjadi pesaing dari rumah makan Istana Lele?
3. Bagaimana harga yang ditetapkan oleh rumah makan Istana Lele dibanding dengan pesaing?
4. Bagaimana pemberian diskon yang dilakukan oleh pesaing?

B. Keadaan Ekonomi

1. Apakah keadaan ekonomi berpengaruh pada pendapatan rumah makan Istana Lele?
2. Bagaimana pengaruh pembinaan dan pengembangan dari pemerintah terhadap kinerja rumah makan Istana Lele?
3. Apakah peningkatan jumlah penduduk dapat mempengaruhi tingkat produksi rumah makan Istana Lele?
4. Bagaimana pengaruh munculnya pesaing baru bagi rumah makan Istana Lele?

Lampiran: D

TRANSKRIP WAWANCARA
(Pemilik Rumah Makan Istana Lele)

A. Data Umum Subjek Penelitian

- Nama : Dedy Nurcahyono
- Umur : 36 tahun
- Alamat : Desa Banyuputih, Kecamatan Banyuputih
- Pendidikan : S1 Sastra Indonesia
- Jenis kelamin : Laki-laki

Peneliti	Selamat siang mas?
Informan	<i>Selamat siang, ada perlu apa mas?</i>
Peneliti	Saya ingin menanyakan beberapa hal mengenai bauran pemasaran yang ada di rumah makan Istana Lele ini
Informan	<i>Oh, iya</i>
Sejarah singkat Istana Lele	
Peneliti	Tahun berapa awal buka rumah makan Istana Lele?
Informan	<i>Awal buka warung pada tahun 2002</i>
Peneliti	Untuk letaknya, awal mula buka dimana?
Informan	<i>Awal mula buka warung itu di rumah dinas BALITAS, kebetulan bapak saya masih dinas disana.</i>
Peneliti	Terus , kok tiba-tiba ada pandangan buka warung?
Informan	<i>Sebelum buka warung, dulunya ternak lele. Tapi ternak lelenya gagal panen karena ukuran lelenya ada yang gede dan juga kecil.</i>
Peneliti	Setelah gagal penen, apa yang selanjutnya dilakukan?

Informan	<i>Nah, kebetulan ada acara kantor yang minta tolong ke Ibu untuk masak masakan lele. Setelah itu, banyak yang merasa cocok, kemudian disarankan suru buka warung.</i>
Peneliti	Pada tahun berapa pindah ke lokasi sekarang ini?
Informan	<i>Pindah kesini itu mulai tahun 2008</i>
Peneliti	Kenapa kok pindah dari warung yang sebelumnya?
Informan	<i>Kebetulan waktu itu bapak saya pensiun dari dinas BALITAS, kemudian beli lahan disini untuk nerusin usahanya.</i>
Peneliti	Berapa luas lahan yang sekarang dimiliki untuk rumah makan Istana Lele?
Informan	<i>Untuk semuanya ukuran 6.000 meter persegi</i>
Sumber daya manusia	
Peneliti	Untuk sekarang sudah memiliki berapa karyawan?
Informan	<i>Untuk seluruhnya ada 12 karyawan</i>
Peneliti	Dari 12 karyawan apakah memiliki tugas masing-masing?
Informan	<i>iya</i>
Peneliti	Apa saja tugas yang diberikan?
Informan	<i>Untuk tukang masak nasi 2 orang, pelayan 2 orang, manggang ikan 2 orang, nyembelih ikan 2 orang, kebersihan 2 orang terus yang kora-kora 2 orang.</i>
Peneliti	Untuk sistem pemberian gaji yang diberikan?
Informan	<i>Untuk gaji disini bulanan</i>
Produk	
Peneliti	Apa saja produk atau menu yang disajikan oleh Istana Lele?
Informan	<i>untuk menu yang saya sajikan di Istana Lele ini beragam, mulai dari menu utama yaitu lele, kemudian gurami, ikan laut dan ayam goreng.</i>
	Apakah ikan yang disajikan semuanya digoreng?

	<i>Penyajianya disini untuk ikan Lele dan Gurami ada yang goreng dan bakar, sedangkan untuk ikan laut bakar dan ikan ayam goreng</i>
	<i>Untuk menu minuman yang disajikan disini apa saja?</i>
	<i>Untuk menu minumannya disini ada teh panas atau dingin, jeruk anget atau dingin, kopi. Sedangkan untuk minuman dari luar ada teh kotak, fressstea, sprite, fanta dll.</i>
Peneliti	<i>Untuk biaya operasional produksinya di Istana Lele gimana?</i>
Informan	<i>Ya bisa dikatan cukup besar</i>
Peneliti	<i>Kok opsionalnya besar, padahal ikannya kan ternak sendiri!</i>
Informan	<i>Ya, di Istana Lele memang sebagian ternak sendiri, tapi untuk penyediaan kepada pelanggan masih kurang memenuhi. Dari situ lah saya membeli lele dari petani lele dan petani Gurami.</i>
Peneliti	<i>Berapa harga beli untuk ikan Lele ke petani Lele?</i>
Informan	<i>Untuk ikan Lele setiap kilonya sekitar Rp 14.000 sampai Rp 15.000, tergantung pasarannya.</i>
Peneliti	<i>Untuk kulaannya ikan Lele ngambil di daerah mana?</i>
Informan	<i>Untuk lele saya pesan dari petani di Banyuwangi.</i>
Peneliti	<i>Dalam sebulan bisa habis berapa ikan Lele?</i>
Informan	<i>Dalam sebulan untuk ikan Lele bisa habis 1,3 ton.</i>
Peneliti	<i>Kalau ikan guraminya berapa harga belinya ke petani?</i>
Informan	<i>Kalau gurami itu harganya dihitung ons'an, setiap onsnya itu Rp 8.000, tapi yang siap untuk diproduksi beratnya 5- 11 ons.</i>
Peneliti	<i>Untuk kulaan ikan guraminya ngambil dimana?</i>
Informan	<i>Untuk ikan gurami saya ngambilnya di daerah Jember.</i>
Peneliti	<i>Dalam sebulan bisa habis berapa ikan Gurami untuk diproduksi?</i>
Informan	<i>Sebulan bisa habis 6 kwintal ikan Gurami.</i>
Peneliti	<i>Untuk ikan lautnya kulaan dimana?</i>
Informan	<i>Untuk ikan laut atau ikan ayam saya ngambil di dekat sini, tapi untuk</i>

	<i>ikan lautnya jarang orang pesan, jadi lebih pasti ikan ayamnya dari pada ikan laut.</i>
Peneliti	Untuk harga produksi ikan ayamnya berapa?
Informan	<i>Ikan ayam per kilonya itu Rp 11.000</i>
Peneliti	Dalam sebulan bisa habis berapa untuk ikan ayamnya?
Informan	<i>Dalam sebulan bisa produksi 3 kwintal ikan ayam</i>
Peneliti	Untuk berasnya sendiri setiap bulan habis berapa?
Informan	<i>Untuk beras saya pasti beli setiap 2 minggu sekali 4 kwintal, jadi sebulan bisa 8 kwintal dan perkilonya itu Rp10.200</i>
Peneliti	Apa saja kualitas yang diberikan untuk para pelanggan disini?
Informan	<i>untuk kualitas yang diberikan untuk para pelanggan, saya memberikan pelayanan yang ramah, tempat yang bersih dan yang paling penting adalah kenikmatan masakan yang disajikan</i>
Peneliti	Apakah masakan disini berbeda dengan masakan-masakan yang ada di warung-warung lain?
Informan	<i>Iya, karena waktu melakukan pemasakan ikan, bumbu yang disiapkan itu dicampur terlebih dahulu sehingga bumbunya meresap ke dalam daging ikannya.</i>
Peneliti	Selain dari kualitas yang tadi, apakah masih ada kualitas yang lain?
Informan	<i>Untuk kualitas yang lain, di sini setiap bulan sekali ada Dinas Kesehatan untuk melakukan kontrolan makanan yang akan di sajikan. Jadi kontrolan itu bertujuan untuk mengetahui apakah masakan yang disajikan sesuai dengan standard kesehatan yang ditentukan oleh pemerintah.</i>
Peneliti	Untuk kontrolan dari dinas kesehatan dilakukan pada saat tutup atau sudah buka warung?
Informan	<i>Pada saat buka warung, jadi pelanggan bisa tau kalau yang kami sajikan itu selalu terjamin kesehatannya.</i>

Harga	
Peneliti	Apakah harga setiap produk yang diberikan Istana Lele cukup tinggi?
Informan	<i>menurut saya standard lah.</i>
Peneliti	Berapa satu porsi setiap produk disini?
Informan	<i>Untuk ikan Lele satu porsinya itu Rp 32.000 isi 6 tusuk, untuk ikan Guraminya setiap porsinya bisa mencapai Rp 40.000-Rp 50.000 sesuai beratnya, untuk ikan ayamnya Rp 17.000 dan untuk nasinya satu orang Rp 5.000. tapi kalau ikan laut harganya gak tentu tergantung jenis ikannya.</i>
Peneliti	Untuk harga minumannya gimana?
Informan	<i>Untuk teh Rp 3.000, jeruk Rp 5.000, kalau kopi Rp 4.000</i>
Peneliti	Apakah keuntungan setiap tahunnya selalu meningkat?
Informan	<i>untuk keuntungan setiap tahunnya alhamdulillah selalu ada peningkatan sekitar 10%.</i>
Promosi	
Peneliti	Bagaimana awal mula Istana Lele bisa terkenal?
Informan	<i>Istana Lele ini bisa terkenal dari omong ke omong, sehingga banyak orang yang penasaran ingin tau masakan di sini</i>
Peneliti	Media apa yang digunakan untuk melakukan promosi?
Informan	<i>Saya menggunakan papan nama yang di taruk di pinggir jalan dan bener yang ada di pagar dihalaman depan.</i>
Peneliti	Selain dari papan nama dan baner, apakah ada yang lain?
Informan	<i>Untuk yang lain saya menggunakan media internet untuk melakukan promosi</i>
Peneliti	Apakah setiap melakukan promosi yang digunakan dapat menarik minat pelanggan?
Informan	<i>Iya, apalagi promosi melalui internet. Banyak pelanggan dari luar kota yang mampir untuk nyobain masakan disini.</i>

Delivery Order	
Peneliti	Apakah di Istana Lele juga menerima pesan antar?
Informan	<i>iya</i>
Peneliti	Daerah mana saja?
Informan	<i>Untuk sementara ini, pelayanan pesan antar hanya untuk daerah desa Banyuputih saja.</i>
Peneliti	Apakah untuk kedepannya pelayanan ini mau diperluas jangkauannya?
Informan	<i>untuk kedepannya memang ada rencana memperluas lokasi pemesanan, berhubung ada kendala kendaraan, saya hanya melayani di daerah desa Banyuputih saja dulu.</i>
Peneliti	Dalam melakukan pelayanan pesan antar, apakah ada perbedaan untuk harga yang diberikan?
Informan	<i>Kalau harga, pasti ada. Karena dalam melakukan pengantaran pesanan pasti membutuhkan biaya bahan bakar. Jadi hanya menambah biaya bahan bakar saja.</i>
Peneliti	Apakah harga bahan bakarnya setiap pemesan sama?
Informan	<i>Untuk harga tambahan bahan bakar sesuai dengan jarak tempuh lokasi.</i>
Peneliti	Terus untuk melakukan pemesanan apakah bisa langsung di antar?
Informan	<i>Karena disini pasti menggunakan ikan segar otomatis kan prosesnya cukup panjang, jadi untuk melakukan pemesanan harus memesan 5 jam sebelumnya.</i>
Peneliti	Berapa jumlah minimal dalam melakukan pemesanan?
Informan	<i>untuk layanan pesan antar, saya hanya dapat melayani minimal 10 porsi dalam melakukan pemesanan.</i>
Pesaing	
Peneliti	Apa saja rumah makan yang mnejadi pesaing dari Istana Lele?
Informan	<i>Untuk pesaing yang sejenis saat ini tidak ada, hanya warung-warung kecil di pinggir jalan.</i>

Peneliti	Bagaimana harga yang ditetapkan Istana Lele dibanding dengan warung makan lainnya?
Informan	<i>Menurut saya harganya gak terlalu jauh berbeda ya, masih bisa dikatakan standard lah.</i>
Peneliti	Bgaimana jika ada pesaing sejenis yang muncul?
Informan	<i>Ya saya akan tetap memberikan harga sesuai standard yang telah di tentukan.</i>
Peneliti	Apakah ada pemberian diskon kepada pelanggan?
Informan	<i>Untuk diskon, saya hanya memberikan khusus trevel, pariwisata, dan acara-acara yang melakukan pemesanan banyak.</i>

TRANSKRIP WAWANCARA
(Pelanggan Istana Lele)

A. Data Umum Subjek Penelitian

- Nama : Ibu Sofy
- Umur : 46 tahun
- Alamat : Desa Sumberwaru, Kecamatan Banyuputih
- Pendidikan : -
- Jenis kelamin : Perempuan

Peneliti	Selamat siang Bu
Informan	<i>Iya selamat siang</i>
Peneliti	Maaf mengganggu
Informan	<i>Iya gak papa</i>
Peneliti	Gini Bu, saya mau tanya tentang kualitas pelayanan yang diberikan Istana Lele, menurut Ibu gimana?
Informan	<i>Kalau menurut saya sih, bagus.</i>
Peneliti	Bagusnya dari mana Bu?
Informan	<i>penyajianya disini cepat, sigap dan ramah. Jadi saya gak lama-lama untuk menunggu pesanan disini.</i>
Peneliti	Terus untuk tempat yang disediakan gimana Bu?
Informan	<i>Tempatnya disini bersih, mulai dari tempat makannya, halamannya, gak ada sampah yang berserakan. Jadi merasanya nyaman buat makan di tempat terbuka kayak gini.</i>
Peneliti	Ya udah Bu, terima kasih atas waktunya. Maaf kalau saya ganggu!
Informan	<i>Iya, gak papa kok.</i>

TRANSKRIP WAWANCARA
(Pelanggan Istana Lele)

A. Data Umum Subjek Penelitian

- Nama : Yono
- Umur : 38 tahun
- Alamat : Desa Sumberanyar, Kecamatan Banyuputih
- Pendidikan : -
- Jenis kelamin : Laki-laki

Peneliti	Selamat siang mas?
Informan	<i>Iya selamat siang</i>
Peneliti	Maaf mengganggu
Informan	<i>Iya, gak apapa. Ada apa mas?</i>
Peneliti	Saya mau nanya soal harga di Istana Lele menurut mas Yono gimana?
Informan	<i>kalau menurut saya harga disini murah lah ya, tapi bukan murahan. Pokoknya paslah untuk makan dengan keluarga, harga bersahabat tapi rasa nikmat</i>
Peneliti	Jadi harga disini cukup terjangkau ya mas?
Informan	<i>Ya</i>
Peneliti	Terus bagaimana dengan rasa dari masakan disini?
Informan	<i>Untuk rasa, menurut saya enak banget. Karena bumbunya itu nyatuh banget sama ikannya, gak kalah lah sama masakan lestorant.</i>
Peneliti	Ya udah kalo gitu mas, terima kasih atas waktunya, maaf kalau ganggu!
Informan	<i>Oh iya, sama-sama. Gak apapa kok.</i>

TRANSKRIP WAWANCARA
(Pelanggan Istana Lele)

A. Data Umum Subjek Penelitian

- Nama : Hariyanto
- Umur : 42 tahun
- Alamat : Surabaya
- Pendidikan : -
- Jenis kelamin : Laki-laki

Peneliti	Selamat sore pak!
Informan	<i>Iya selamat sore</i>
Peneliti	Maaf mengganggu pak, saya dari UNEJ mau ijin wawancara bapak sebentar buat penelitian, boleh pak.
Informan	<i>Ooh, iya silahkan!</i>
Peneliti	Asli bapak dari mana?
Informan	<i>Saya asli orang surabaya mau ke Bali liburan</i>
Peneliti	Bapak pertama kali ke Istana Lele atau sudah sering mampir kesini?
Informan	<i>Sudah sering la, saya langganan disini buat istirahat</i>
Peneliti	Apa yang membuat bapak memilih Istana Lele buat istirahat dalam perjalanan bapak?
Informan	<i>saya setiap lewat pasti mampir untuk makan lele bakar sekalian istirahat, karena selain masakannya yang bikin ketagihan, tempatnya pas untuk bersantai. Mungkin dekat sawah ya yang bikin sejuk, anginnya anyes gitu</i>
Peneliti	Ya sudah pak kalau begitu, maaf sudah ganggu. Terima kasih ya pak!
Informan	<i>Iya mari dek.</i>

TRANSKRIP WAWANCARA
(Warung Pinggir Jalan)

A. Data Umum Subjek Penelitian

- Nama : Ibu Tutik
- Umur : 51 tahun
- Alamat : Desa Banyuputih, Kecamatan Banyuputih
- Pendidikan : -
- Jenis kelamin : Perempuan

Peneliti	Selamat siang Bu!
Informan	<i>Selamat siang</i>
Peneliti	Maaf ganggu Bu.
Informan	<i>Ya</i>
Peneliti	Saya mau tanya menu yang di tersedia di warung Ibu apa saja?
Informan	<i>disini adanya cuman pecel Lele sama lalapan.</i>
Peneliti	Untuk satu porsi pecel lelenya berapa Bu?
Informan	<i>Satu porsinya itu Rp 12.000 kalau tambah es teh Rp 15.000</i>
Peneliti	Kalau satu porsinya itu, isi berapa lele Bu?
Informan	<i>Ya isi 2 Lele.</i>
Peneliti	Lelenya digoreng atau dipanggang Bu?
Informan	<i>Di goreng, kalau bakarnya saya gak nyediakan.</i>
Peneliti	Ya uda Bu, terima kasih
Informan	<i>Ya, sama-sama.</i>

TRANSKRIP WAWANCARA
(Karyawan Istana Lele)

A. Data Umum Subjek Penelitian

- Nama : Agus
- Umur : 22 tahun
- Alamat : Desa perante, Kecamatan Asembagus
- Pendidikan : -
- Jenis kelamin : Laki-laki

Peneliti	Selamat pagi mas!
Informan	<i>Selamat pagi</i>
Peneliti	Maaf mengganggu sebentar ya mas
Informan	<i>Iya gak apa-apa</i>
Peneliti	Sudah berapa lama mas kerja di Istana Lele?
Informan	<i>kurang lebih 4 tahunan lah</i>
Peneliti	apa tugas mas sebagai karyawan di Istana Lele?
Informan	<i>Tugas saya disini sebagai penyembelih ikan yang mau dibakar sekalian merawat ikan yang ada d kolam.</i>
	untuk perawatan ikan, apa saja yang di lakukan?
	<i>Ya mulai dari pemberian pakan, pengurusan, penangkapan terus penyembelihan.</i>
Peneliti	Untuk pemberian pakan, sehari berapa kali?
Informan	<i>Sehari itu 3 kali, pagi, sore sama malam</i>
Peneliti	Kalau untuk pengurusannya bagaimana?
Informan	<i>Pengurusannya dilakukan seminggu 2-3 kali</i>

Peneliti	Untuk proses penyembelihannya bagaimana?
Informan	<i>Untuk proses penyembelihannya yang pertama itu membersihkan kotorannya dengan menyobek bagian perut, setelah itu badannya di iris agar waktu manggang bumbunya bisa meresap. Uda itu dilakukan penusukan dan dibilas hingga lendirnya benar-benar bersih.</i>
Peneliti	Jadi untuk kebersihan ikan yang mau di bakar sangat di jamin ya mas?
Informan	<i>Iya, harus benar-benar bersih.</i>
Peneliti	Ya uda mas, terima kasih atas waktunya.
Informan	<i>Iya, sama-sama.</i>

TRANSKRIP WAWANCARA
(Karyawan Istana Lele)

A. Data Umum Subjek Penelitian

- Nama : Ibu Yana
- Umur : 44 tahun
- Alamat : Desa Jangkar, Kecamatan Asembagus
- Pendidikan :-
- Jenis kelamin : Perempuan

Peneliti	Selamat pagi Bu!
Informan	<i>Selamat Pagi!</i>
Peneliti	Maaf mengganggu sebentar ya bu, mau wawancara
Informan	<i>Oh iya, gak apa-apa</i>
Peneliti	Untuk proses pemanggangannya ini gimana Bu?
Informan	<i>Pertama itu, sebelum di panggang di luluri bumbu dulu</i>
Peneliti	Tujuannya buat apa Bu?
Informan	<i>Ya biar bumbunya itu meresap ke dagingnya, makanya bumbunya dibikin cair.</i>
Peneliti	Berapa lama proses perendamannya itu Bu?
Informan	<i>Ya sekitar 3-5 menit lah</i>
Peneliti	Setelah direndam, proses selanjutnya apa Bu?
Informan	<i>Kalo uda selesai, baru di panggang.</i>
Peneliti	Untuk proses pemangangan, berapa lama proses masaknya?
Informan	<i>Masaknya sekitar 10-13 menit, karena saat melakukan pemangangan juga di olesi bumbu lagi yang agak kental.</i>
Peneliti	Jadi untuk pemberian bumbu ada 2 proses ya Bu, nah trus bumbu yang

	ke dua itu tujuannya biar kenapa Bu?
Informan	<i>Kalo di bakar kan ada gosong-gosongnya, biar yang gosong gak terlalu pahit rasanya, makanya di olesi bumbu lagi.</i>
Peneliti	Apakah proses ikan bakar dan ikan goreng sama?
Informan	<i>Beda, kalau ikan bakar di kasi bumbunya itu 2 kali, tapi kalau yang goreng hanya sekali.</i>
Peneliti	Oh, gitu ya Bu. Dalam sehari untuk lele bakar bisa habis berapa tusuk Bu?
Informan	<i>Tergantung, kalau lagi sepi ya paling sekitar 100 tusuk. Kalau lagi rame ya bisa 200 lebih sehari.</i>
Peneliti	Gak capek Bu?
Informan	<i>Ya gantian, kan tukang manggangnya ada 2. Tapi kalau rame sama-sama bakar.</i>
Peneliti	Ya uda Bu kalau gitu, terima kasih waktunya ya Bu!
Informan	<i>Iya, sama-sama</i>

Lampiran: I

DOKUMENTASI
KEGIATAN DAN TEMPAT YANG ADA DI RUMAH MAKA
ISTANA LELE



Gambar 1. Kegiatan Pemangangan Ikan Lele



Gambar 2. Kolam Ikan Istana Lele





Gambar 3. Halaman Depan Istana Lele





Gambar 4. Lahan Parkir Istana Lele





Gambar 5. Taman Istana Lele





Gambar 6. Mushola Istana Lele



Gambar 7. LAIK HYGIENE SANITASI Dari Dinas Kesehatan



Gambar 8. Menu Istana Lele



Gambar 9. Hidangan Istana Lele



Gambar 10. Kegiatan Ulang Tahun yang diadakan di Istana Lele

Lampiran: E

	KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PERGURUAN TINGGI UNIVERSITAS JEMBER FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN Jalan Kalimantan Nomor 37 Kampus Bumi Tegalboto Jember 68121 Telepon: 0331-334988, 330738 Fax: 0331-334988 Laman: www.fkip.unej.ac.id	
Nomor	3:744UN25.1.5/LT/2017	24 MAY 2017
Lampiran	: -	
Perihal	: Permohonan Izin Penelitian	
 Yth. Kepala Pengelolah Rumah Makan Istana Lele Di Banyuwatuh Situbondo		
Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa FKIP Universitas Jember di bawah ini.		
Nama	: Pipit Dainur Rahman	
NIM	: 100210301025	
Jurusan	: Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial	
Program Studi	: Pendidikan Ekonomi	
Berkenaan dengan penyelesaian studinya, mahasiswa tersebut bermaksud melaksanakan observasi di rumah makan Istana Lele dengan judul: "Penerapan Bauran Pemasaran Pada Rumah Makan Istana Lele Di Banyuwatuh Situbondo"		
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 terimakasih.		
		 an. Dekan Wakil Dekan I, Dr. Sukatman, M.Pd NIP 19640123 199512 1 001



KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PERGURUAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Jalan Kalimantan Nomor 37 Kampus Bumi Tegalboto Jember 68121
Telepon: 0331-334988, 330738 Fax: 0331-334988
Laman: www.fkip.unej.ac.id

Nomor **4142**/UN25.1.5/LT/2017
Lampiran :-
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

13 JUN 2017

Yth. Kepala Kecamatan Banyuputih
Di Kabupaten Situbondo

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

Nama : Pipit Dainur Rahman
NIM : 100210301025
Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Berkenaan dengan penyelesaian studinya, mahasiswa tersebut bermaksud melaksanakan observasi di rumah makan Istana Lele dengan judul: "Penerapan Bauran Pemasaran Pada Rumah Makan Istana Lele Di Desa Banyuputih Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo"

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 terimakasih.



an. Dekan
Wakil Dekan I,

Dr. Sukatman, M.Pd
NIP 19640123 199512 1

001

Lampiran: F



KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
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 : Pipit Dainur Rahman
NIM/Angkatan : 100210301025
Jurusan/Program Studi : Pendidikan IPS/Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Dengan Analisis SWOT Pada Rumah Makan Istana Lele Di Banyuputih, Situbondo
Pembimbing I : Dr. Sukidin, M. Pd
Pembimbing II : Drs. Pudjo Suharso, M. Si

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT.Pembimbing	
			Pemb. I	Pemb. II
1.	Selasa, 17 Januari 2017	Pendahuluan & judul	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
2.	Senin, 30 Januari 2017	revisi Latar Belakang	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
3.	Kamis, 9 Feb 2017	ganti judul skripsi	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
4.	Senin, 13 Feb 2017	BAB I. Pendahuluan	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
5.	Selasa, 21 Feb 2017	landasan teori	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
6.	Senin, 6 Maret 2017	Metode penelitian	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
7.	Senin, 13 Maret 2017	Metode pengumpulan data	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
8.				
9.				
10.				
11.	Kamis, 27 April 2017	Hasil penelitian tentang produk	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
12.	Selasa, 2 Mei 2017	Delivery order	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
13.	Senin, 11 Mei 2017	Pembahasan	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
14.	Kamis, 8 Juni 2017	Space daftar pustaka	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
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 NASIONAL
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 : Pipit Dainur Rahman
NIM/Angkatan : 100210301025
Jurusan/Program Studi : Pendidikan IPS/Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : **Strategi Pemasaran Dengan Analisis SWOT Pada Rumah Makan Istana Lele Di Banyuputih, Situbondo**
Pembimbing I : Dr. Sukidin, M. Pd
Pembimbing II : Drs. Pudjo Suharso, M. Si

KEGIATAN KONSULTASI

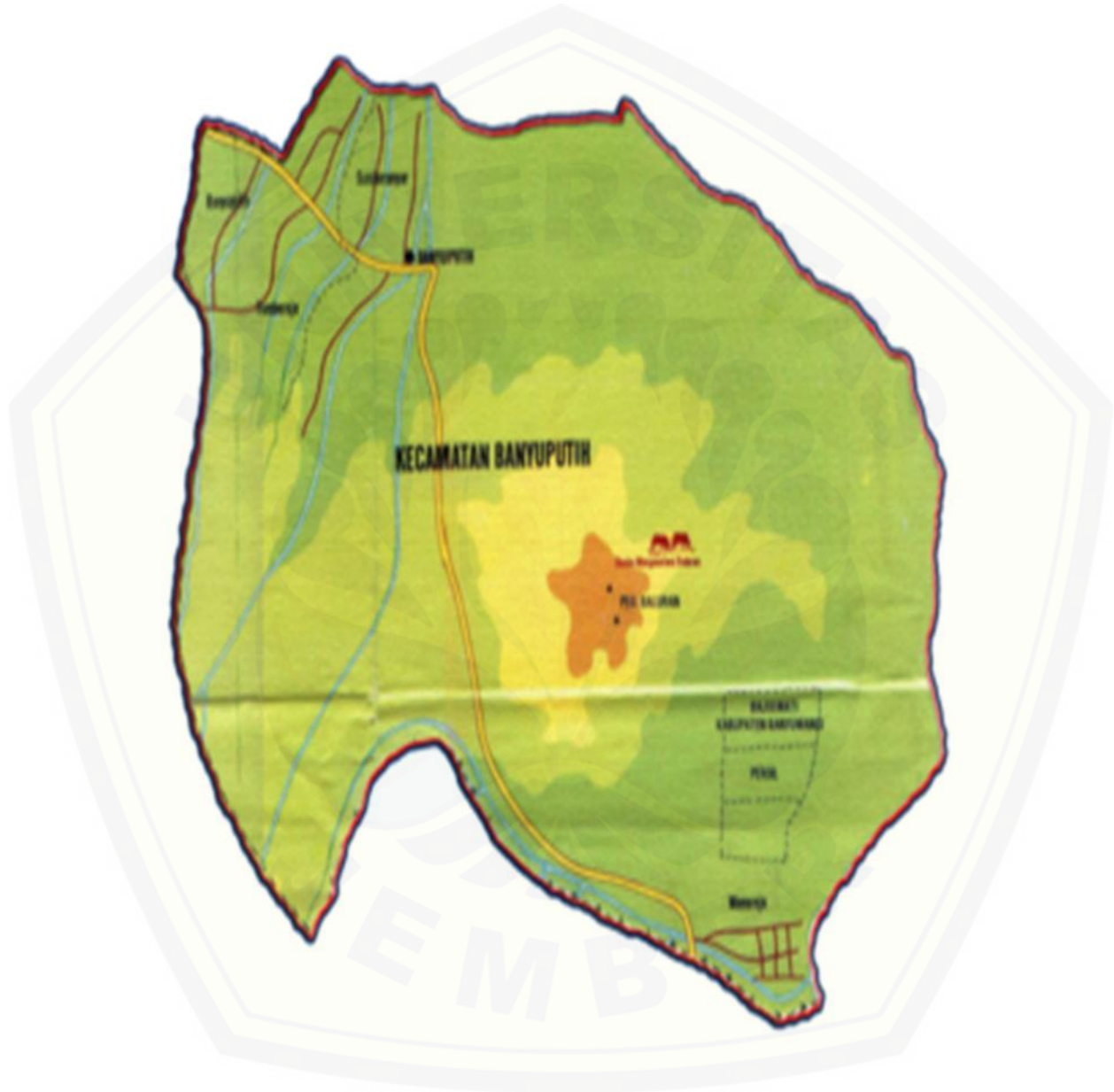
NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT.Pembimbing	
			Pemb. I	Pemb. II
1.	Febru, 18 Januari 2017	Latur belakang		
2.	Rabu, 25 Januari 2017	Rumusan masalah		
3.	Rabu, 1 Februari 2017	Pendahuluan		
4.	Rabu, 15 Feb 2017	Landasan teori		
5.	Rabu, 22 Feb 2017	Definisi operasional		
6.	Rabu, 8 Feb 2017	Teknik analisis data.		
7.				
8.				
9.				
10.				
11.	Jumat, 28 April 2017	Bab 4. Gambaran umum		
12.	Kamis, 18 Mei 2017	Produk		
13.	Jumat, 2 Juni 2017	Pembahasan		
14.	Kamis, 8 Juni 2017	Kesimpulan		
15.				

Catatan:

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

Lampiran G

PETA KECAMATAN BANYUPUTIH



Lampiran: H

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas

1. Nama : PIPIT DAINUR RAHMAN
2. Tempat/ Tanggal Lahir : Situbondo, 27 Februari 1992
3. Agama : Islam
4. Nama Orang Tua
 - a. Ayah : MOH. Romli
 - b. Ibu : Sumiyem
5. Alamat Jember : Jl. Brantas 25 no. 256 B
Kabupaten Jember
6. Alamat Asal : Desa Sumberwaru RT 03 RW 04 Kec.
Banyuputih Kab. Situbondo

B. Pendidikan

No	Nama Sekolah	Tempat	Tahun
1	SDN 1 Sumberwaru	Situbondo	1997 – 2004
2	SMP Negeri 1 Banyuputih	Situbondo	2004 – 2007
3	SMA Negeri 1 Asembagus	Situbondo	2007 – 2010