BAB III

PEMBAHASAN

3.1 Tinjauan Umum Resto roti bakar Kuro Bubble Tebet

3.1.1 Sejarah dan perkembangan Resto roti bakar Kuro Bubble Tebet

Roti kuro adalah salah satu makanan ringan yang sangat populer di Bandung. Arti kuro itu sendiri adalah (kukus roti), roti kuro lahir pada tanggal 26 juli 2009, mempunyai motto " *King Of Steam Bread*", karena roti kuro dijadikan kiblat roti kukus dan bakar diindonesia. Sedangkan resto roti bakar Kuro Bubble sendiri didirikan pada tahun 2019. Usaha Kuro Bubble pada awalnya yaitu franchise-an dari roti Kuro John, setelah itu kuro bubble membuka usaha sendiri tanpa memakai nama kuro jhon dan membuka frinchise untuk roti kuro bubble sendiri. Pada awal didirikan resto roti kuro hanya menjual makanan berbahan baku roti, semakin banyaknya pesaing roti kuro bubble memutuskan untuk menambahkan beberapa rasa roti kuro dan beberapa menu tambahan lainnya.

Dalam rangka mencapai tujuan dari pemilik resto roti kuro bubble yaitu memajukan roti indonesia dan produk bahan baku lokal maka resto roti kuro bubble memiliki visi dan misi agar terciptanya tujuan tersebut:

1. **Visi Perusahaan**

   Menjadi Kiblat dan Pionir Roti Kukus di Indonesia

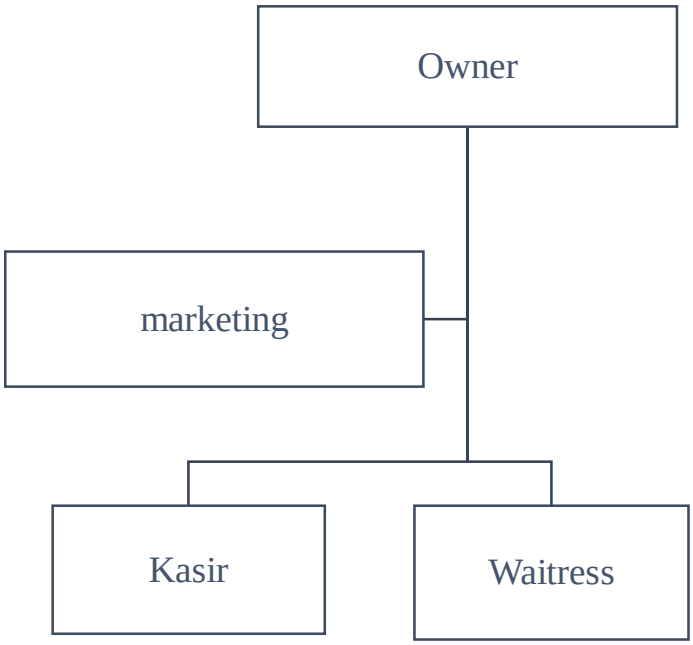
Misi Perusahaan

a. Membangun produksi baik outlet dibanyak titik diIndonesia.
b. Konsisten dalam menjaga cita rasa dan kualitas sesungguhnya roti kadet (KURO) di Indonesia.
c. Berinovasi dalam setiap perkembangan zaman.
d. Bersaing dengan kompetitor secara sehat.
e. memberikan kesempatan frenchisor untuk berkembang.

3.2.1 Struktur dan tata kerja resto roti kuro bubble tebet

Struktur organisasi pada resto roti kuro bubble tebet dapat dilihat pada gambar berikut:

1. Organisasi Struktur



Sumber: Roti kuro bubble tahun 2020

Gambar III.1

Struktur Organisasi Roti kuro bubble

2. Tata Kerja Organisasi

Tugas dan fungsi dari struktur organisasi di Roti Kuro Bubble Tebet adalah sebagai berikut:

1. Owner Pemilik

   Bertugas memimpin jalannya usaha dagang dan bertanggung jawab langsung terhadap semua kegiatan usaha dagang yang dipimpimnya. Owner juga memiliki wewenang sebagai pengambil keputusan kepada semua hal yang berkaitan dengan dengan urusan usaha dagang dan mengawasi semua kegiatan yang dilakukan pegawai secara keseluruhan.

2. Marketing
   a. Melakukan pengecekan pendistribusian produk yang ditawarkan.
   b. Melakukan pengamatan produk yang diinginkan pelanggan.
   c. Melakukan pengamatan harga yang diinginkan pelanggan
   d. Melakukan pengadaan promosi.
3. Kasir
   a. Menjaga keamanan uang omset agar tidak ada kehilangan dan tercatat rapih.
   b. Berkordinasi dengan manajer resto untuk menentukan, mengawasi, dan mengelola pengeluaran biaya operasional agar efektif dan efisien sesuai kebutuhan.
   c. Melayani transaksi pembelanjaan customer sesuai transaksi.
   d. Membuat laporan kasir atau omset sesuai laporan.
4. Waiters
   a. Membersihkan area restoran.
   b. Membantu menyiapkan bahan pendukung oprasional.
   c. Menerima pesanan

d. Melakukan *step to customer* atau prosedur pelayanan kepada tamu sesuai dengan SOP (*strandart oprasional procedure*) yang diterapkan direstoran.
e. Selalu mengutamakan sikap mementingkan customer.

3.1.3 Kegiatan Usaha Resto roti kuro Bubble Tebet

Kegiatan usaha roti kuro bubble merupakan salah satu usaha perorangan yang bergerak di bidang *food and beverage.* Selain memberikan hobi, juga dapat memberikan sumber penghasilan bagi banyak orang. Keberadaanya diharapkan bisa memberikan peluang usaha yang besar untuk banyak orang. Roti kuro bubble ingin merubah tentang pandangan masyarakat dindonesia bahwa roti bukan hanya khas makanan luar negri, tetapi di indonesiapun bisa menghasilkan roti yang sangat lezat dan beraneka macam rasa dan isinya. Produk Roti kuro bubble mengembangkan strategi pemasaran mealuli online yaitu dengan aplikasi gofood dan grabfood dan juga membuka pendaftaran frenchise untuk para pelanggannya yang ingin bergabung memasarkan roti kuro bubble. Roti kuro bubble sudah memiliki beberapa outlet diantaranya yaitu didaerah cijantung, tangerang, bekasi, depok, pondok melati.

Sistem pembayaran diresto roti kuro bubble menggunakan uang elektrik seperti gopay maupun ovo adapun juga pembayaran cash apabila pelanggan tidak melalui aplikasi.

3.2 Hasil penelitian

3.2.1 Strategi Pemasaran Roti Kuro bubble Tebet

Suatu brand harus memiliki strategi pemasaran, hal ini dikarenakan adanya kesamaan jenis produk yang ditawarkan oleh brand lain bergerak dibidang hal yang sama, yang mana hal tersebut akan menimbulkan persaingan antar sesama brand. Berdasarkan wawancara penulis dengan Bpk Irkham Hidayat selaku owner atau pemilik resto, Pemasaran dapat dicapai apabila data strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix*) merupakan strategi kombinasi kegiatan-kegiatan inti pemasaran dimana kegiatan-kegiatan ini dapat dikendalikan dan berdampak pada reaksi konsumen. Didalam strategi bauran pemasaran terdapat 4 prinsip yang biasa digunakan yakni, *product* (produk), *Price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat). Seperti dijelaskan sebelumnya, strategi pemasaran mencangkup kegiatan yang ada dalam suatu organisasi bisnis. Adapun kegiatan bauran pemasaran yang dilakukan oleh roti kuro bubble Tebet adalah sebagai berikut:

1. *Product* (produk)

Produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjual belikan apapun yang bisa ditawarkan kesebuah pasar dan bisa memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. Produk roti kuro bubble merupakan brand yang bergerak dibidang penjualan *food and beverage,* adapun produk yang ditawarkan oleh roti kuro bubble berupa makanan dan minuman dengan jenis-jenis produk dan farian rasa

Data penjualan Roti kuro bubble periode April 2020 pada aplikasi gofood dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel III.1

Data Penjualan Resto roti kuro bubble Periode April-Juni 2020 pada aplikasi gofood dan grab food

No	BULAN	Omset grabfood	Omset gofood
1.	April	Rp 22.654.000	Rp 9.253.000
2.	Mei	Rp 8.976.500	Rp 4.416.500
3.	Juni	Rp 11.346.000	Rp 7.366.000

Sumber : Roti Kuro bubble 2020

Pada tabel III.1 diatas merupakan data penjualan produk Roti Kuro Bubble periode April 2020 diaplikasi gojek (gofood). Roti kuro bubble pada bulan April-Juni 2020.

Berdasarkan tabel III.1 diatas hasil penelitian bulan April di aplikasi gofood dan grabfood penulis dapat menyimpulkan barang data minat pembeli produk roti kuro bubble pada grabfood lebih besar dikarenakan di palikasi grabfood tersedia banyaknya potongan harga dan memiliki ongkos kirim yang lebih murah yang diadakan oleh pihak perusahaan grabfood sendiri sehingga sebagian orang memilih atau daya minat pembeli lebih cenderung mengorder melalui aplikasi grabfood.

2. *Price* (harga)

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Adapun harga resmi yang

ditetapkan oleh resto roti kuro bubble tebet merupakan harga yang ditawarkan kepada konsumen. Harga yang ditawarkan oleh roti kuro bubble dapat dilihat pada tabel III.2 dibawah ini sebagai berikut:

Tabel III.2

Harga Menu Resto Roti Kuro Bubble

No	Jenis Produk	Farian Rasa	Harga
1.	Roti kuro Manis	Nutela	Rp. 14.500
		Nutella cheese	Rp.17.000
		Ovomaltine	Rp.16.500
		Ovomaltine cheese	Rp.19.000
		Choco crunchy	Rp.13.500
		Choco Crunchy cheese	Rp.16.000
		Banana Choco	Rp.13.500
		Banana Choco Cheese	Rp.16.000
		Tiramisu	Rp.12.500
		Tiramisu cheese	Rp.15.000
		Taro	Rp.12.500
		Taro cheese	Rp.15.000
		Hazelnut	Rp.14.000
		Hazelnut Cheese	Rp.16.500
		Drak choco	Rp.12.500
		Drak Choco cheese	Rp.15.000
		Strawberry	Rp.12.500
		Strawberry cheese	Rp.15.000

		Blueberry	Rp.12.500
		Blueberry cheese	Rp.15.000
		Greentea	Rp.12.500
		Greentea cheese	Rp.15.000
		Matcha	Rp.12.500
		Matcha cheese	Rp.15.000
		Pandan	Rp.12.500
		Pandan cheese	Rp.15.000
		Sarikaya	Rp.12.500
		Sarikaya cheese	Rp.15.000
		Meses ceres	Rp.12.500
		Meses ceres cheese	Rp.15.000
		Cheese	Rp.12.500
		Milk	Rp.12.500
		Milk cheese	Rp.15.000
2.	Roti kuro asin	Egg mayo	Rp.13.500
		Egg mayo cheese	Rp16.000
		Sausage	Rp.13.500
		Sausage cheese	Rp.16.000
		Beef	Rp.13.500
		Beef cheese	Rp.16.000
3.	Roti gandum	Nutella	Rp.19.500
		Nutella cheese	Rp.22.000
		Ovomaltine	Rp.20.500

		Ovomaltine cheese	Rp.23.000
		Choco crunchy	Rp.18.500
		Choco crunchy cheese	Rp.21.000
		Banana choco cheese	Rp.20.500
		Banana choco	Rp.18.000
		Tiramisu	Rp.17.500
		Tiramisu cheese	Rp.20.000
		Taro cheese	Rp20.000
		Taro	Rp.17.500
		Hazelnut	Rp.18.000
		Hazelnut cheese	Rp.20.500
		Drak chocho	Rp.17.500
		Drak choco cheese	Rp.20.000
		Strawberry	Rp.17.500
		Strawberry cheese	Rp.20.000
		Blueberry	Rp.17.500
		Blueberry cheese	Rp.20.000
		Greentea	Rp.17.500
		Greentea cheese	Rp.20.000
		Pandan	Rp.17.500
		Pandan cheese	Rp.20.000
		Matcha	Rp.17.500
		Matcha cheese	Rp.20.000
		Sarikaya	Rp17.500

		Sarikaya cheese	Rp.20.000
		Meses ceres	Rp.17.500
		Meses ceres cheese	Rp.20.000
		Milk	Rp.17.500
		Milk cheese	Rp.20.000
		Cheese	Rp.17.500
4.	Roti Gandum asin	Egg mayo	Rp.18.000
		Egg mayo cheese	Rp.20.500
		Beef	Rp.18.000
		Beef cheese	Rp.20.500
		Sausage	Rp.18.000
		Sausage cheese	Rp.20.500
5.	Roti Hitam	Nutella	Rp.19.500
		Nutella cheese	Rp.22.000
		Ovomaltine	Rp.20.500
		Ovomaltine cheese	Rp.23.000
		Choco crunchy	Rp.18.500
		Choco crunchy cheese	Rp.21.000
		Hazelnut	Rp.18.000
		Hazelnut cheese	Rp.20.500
		Drak choco cheese	Rp.20.500
		Drak choco	Rp.18.000
		Tiramisu	Rp.17.500
		Tiramisu cheese	Rp.20.000

		Milk	Rp.17.500
		Milk cheese	Rp.20.000
		Cheese	Rp.17.500
		Peanut	Rp.18.000
		Peanut cheese	Rp.20.500
		Greentea	Rp.17.500
		Greentea cheese	Rp.20.000
		Pandan	Rp.17.500
		Pandan cheese	Rp.20.000
		Matcha	Rp.17.500
		Matcha cheese	Rp.20.000
		Sarikaya	Rp.17.500
		Sarikaya cheese	Rp.20.000
		Durian	Rp.17.500
		Durian cheese	Rp.20.000
		Taro	Rp.17.500
		Taro cheese	Rp.20.000
		Banana choco	Rp.18.000
		Banana choco cheese	Rp.20.500
		Meses ceres	Rp.17.500
		Meses ceres cheese	Rp.20.000
6.	Roti hitam asin	Egg mayo	Rp.18.000
		Egg mayo cheese	Rp.20.500
		Beef cheese	Rp.20.500

		Beef	Rp.18.000
		Sausage	Rp.18.000
		Sausage cheese	Rp.20.500
7.	minuman	Sweet ice tea	Rp.8.000
		Ice coffe Robusta aren	Rp.15.000
		Blueberry smoothies	Rp.15.000
		Ice Chocolate aren	Rp.15.000
		Ice coffe Robusta	Rp.13.000
		Ice chocolate	Rp.13.000
		Milky aren	Rp.12.000
		Strawberry smoothies	Rp.15.000
		Ice coffe capucino	Rp.13.000
		Ice coffe capucino aren	Rp.15.000
8.	Pisang bakar		Rp.17.500
9.	Kebab manis	Kebab pisang coklat keju	Rp.17.500
		Kebab pisang greentea	Rp.17.500
		Kebab pisang oreo	Rp.17.500
10.	Kebab asin	Kebab sayur	Rp.22.00
		Kebab tanpa sayur	Rp.21.500
11.	Jagung susu kecu		Rp.17.500
12.	Grilled sausage		Rp.13.000
13.	Dimsum		Rp.22.000

Sumber: roti kuro bubble tebet

Tabel III.2 diatas adalah menu beserta harga yang resto roti kuro bubble pasarkan, harga yang dipasarkan oleh resto roti kuro bubble berbeda-beda pada setiap produk maupun rasanyanya.

3. *Place* (tempat)

Distribusi adalah kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kekonsumen. Roti kuro bubble mendistribusikan kepada konsumen dilakukan pada masing-masing outlet atau cabang dan melalui media sosial. Jam operasional pelayanan mengikuti jam pelayanan store. Sedangkan untuk pelayanan pembelian melalui media sosial dibuka pada jam 09.00 pagi sampai 23.00 setiap harinya. Untuk cabang kuro bubble terletak dibeberapa unit, diantaranya:

Tabel III.3

Data cabang atau outlet tahun 2020

No	Kota	Jumlah
1	Cijantung	1
2	Tangerang	1
3	Bekasi	1
4	Depok	1
5	Pondok melati	1
Total		5

Sumber: roti kuro bubble tebet tahun 2020

Pada tabel III.3 Diatas diketahui bahwa roti kuro bubble memiliki 5 outlet. Hal ini dilakukan untuk mempermudah konsumen untuk membeli produknya. Kegiatan promosi yang dilakukan roti kuro bubble adalah sebagai berikut:

a. Diskon

Dalam kegiatan promosi roti kuro bubble memberikan diskon sekitar 20-40% pada momen-momen tertentu seperti saat bulan ramadhan, akhir tahun, dan pemberian diskon pada produk tertentu.

b. Media sosial

Kuro bubble membuat akun media sosial khusus untuk memperkenalkan produknya dan juga sebagai media yang beralamat @kuro_bubble. Didalam akun tersebut terdapat berbagai informasi yang tersedia, konten produknya, daftar harga produk dan cara untuk bergabung sebagia franchise.

c. Membangun kerja sama dengan relasi lain

Dalam kegiatan promosi roti kuro juga terbuka untuk semua kalangan yang ingin menjadi franchise untuk menjual produk roti kuro bubble tersebut.

Berdasarkan hasil analisa dalam pelaksanaan strategi pemasaran pada roti kuro bubble melalui metode bauran pemasaran (4P, Product, price, place, promotion) cukup baik dalam menyebarkan informasi yang lengkap kepada calon konsumen tentang produk tersebut. Roti kuro bubble dengan cita rasa yang khas menjadi perhatian konsumen dan tentunya dengan harga yang sesuai pula dengan rasa. Selain itu juga konsumen bisa datang langsung kestore yang tersedia untuk membeli produk yang dibutuhkan. Kegiatan strategi pemasaran yang dilakukan dengan bekerja sama dengan relasi,membuat akunmedia sosial pribadi.

Dari data diatas dapat disimpulakan bahwa adanya strategi pemasaran sangat membantu perusahaan untuk memuaskan produknya.

3.2.2 Strategi pemasaran STP (*Segmentasi,Targeting,Positioning*) Pada Roti kuro bubble tebet

Strategi pemasaran pada roti kuro bubble tebet didasarkan dengan STP yaitu segmentasi, targeting, positioning. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Bapak Irkham Hidayat selaku owner pemasaran dapat dicapai apabila STP merupakan kegaiatn pemasaran dimana kegiatan ini dapat dikendalikan dan berdampak baik pada konsumen.

a. Segmentasi adalah pengelompokan target konsumen potensial dan kelompok-kelompok pembeli tertentu, berdasarkan penelitian pada roti kuro bubble dapat dibedakan menjadi 2 antara lain:
   1) Geografis

      Roti kuro bubble menyesuaikan bauran pemasarannya pada daerah-daerah yang banyak masyarakat mengunjunginya atau daerah kuliner seperti tebet.
   2) Demografis

      Roti kuro bubble kurang lebih produknya terbuat dari roti. Roti kuro bubble menyediakan bermacam farian rasa , terdapat kuro rasa manis, grilled sausage, jagung susu keju yang sering disukai anak-anak. Dan terdapat roti gandum dan roti hitam yang sering diminati oleh orang yang berusia lanjut.
b. Targeting adalah kegiatan menilai dan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki. Targeting bertujuan untuk mempermudah segmen yang ingin diraih dan memberikan kepuasan yang lebih kepada konsumen. Targeting meliputi antara lain:
   1) Targeting konsumen

Roti kuro bubble selain menjual juga memberikan pelayanan yang baik, ramah, sopan dan mau mendengarkan keluhan dari konsumen agar konsumen merasa nyaman saat dilayani.

2) Targeting value

Kuro bubble memiliki nilai kualitas makanan sebagai kelebihan porduk yang dihasilkan bubble untuk memberikan kesan yang baik apabila konsumen bisa mendapatkan "lebih" selain mendapattkan produk yang konsumen inginkan.

3) Targeting saluran distribusi

Kuro bubble memiliki 2 saluran yang langsung dan tidak langsung. Saluran distribusi roti secara langsung yaitu dengan menghubungkan perusahaan dengan konsumen tanpa ada perantara, sedangkan saluran distribusi tidak langsung yaitu saluran distribusi yang menggunakan perantara atau peran pemasaran tidak langsung kepada konsumen akhir.

c. Positioning adalah strategi komunikasi untuk jendela otak konsumen, agar produk, merk, nama, atau bisnis yang kita buat mengandung arti tertentu. Seperti nama yang mudah dihafal dan sosial media yang mudah di akses baeralamat @kuro_bubble ,grabfood: Roti Bakar & Kukus Kuro John Tebet – Tebet Timur, gofood: Roti Bakar & Kukus Kuro Bubble, Tebet.

3.2.3 kendala yang dihadapi strategi pemasaran

Pada roti kuro bubble terdapat beberapa kendala dalam pelaksanaan strategi pemasaran produk diantaranya adalah:

a. banyaknya brand-brand lain atau kompetitor yang sama-sama memproduksi makanan roti tetapi dengan harga yang lebih murah

b. kurangnya meningkatkan program promosi makanan terhadap pasaran
c. terlambatnya pengiriman bahan-bahan pendukung sehingga menyebabkan banyaknya menu yang kosong
d. kurangnya tenaga kerjaan sehingga menyebabkan karyawan kewalahan untuk melayani custamer.

cara mengatasi kendala yang dialami pada roti kuro bubble dalam pelaksanan strategi pemasaran yaitu:

a. kuro bubble mengeluarkan produk yang berbeda dari kompetitor lain dengan harga yang disesuaikan dengan harga pasaran tapi memiliki kualitas yang jauh lebih baik dari kompetitor yang lain.
b. Membuat program promosi mingguan yang berbeda-beda pada setiap minggunya
c. Lebih memperhatikan bahan-bahan dan perlengkapan secara ketat agar tidak terjadinya kehabisan stok
d. Menambahkan ketenaga kerjaan sehinnga karyawan sedikit ringan dalam bekerja.