

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Restoran Depot Jogja merupakan salah satu restoran yang didirikan sebagai respon terhadap peluang pasar yang berupa kebutuhan konsumen akan sebuah restoran dalam lingkungan pusat perbelanjaan atau *mall* yang mempunyai suasana yang berbeda dari suatu usaha yang sudah ada disekitarnya. Melihat peluang tersebut, bapak M. Suryo Alam sebagai pemilik PT Aryudya Surya Gemilang yang terlebih dahulu merintis usaha bakso Gress kemudian mendirikan Restoran Depot Jogja. Secara resmi Restoran Depot Jogja dibuka pada tanggal 27 April 2001.

Nama Depot Jogja diilhami oleh suasana kota Yogyakarta yang masyarakatnya masih menjunjung tinggi nilai kebudayaan daerah dan nilai moral. Logo dengan gambar rumah Joglo yang tersenyum dengan tulisan Depot Jogja sampai sekarang menjadi *trade mark* Depot Jogja. Depot Jogja diciptakan dengan bentuk ruang makan yang sederhana dengan tetapi tetap memberikan kenyamanan dengan menyediakan berbagai pilihan menu *oriental*, *kontinental* dan Indonesia dengan sistem menu *Ala Carte* dan kapasitas 80 kursi

Pada awalnya Depot Jogja hanya memiliki 1 manager, 1 *executive chef*, 2 koki, 1 *purchasing*, 1 *diswasher* dan 4 *waiters*. Dalam dua tahun perkembangan, Depot Jogja mampu membuka dua anak cabang baru yang dikenal dengan nama “Depot Jogja Seafood” di jalan Kaliurang pada tanggal 25 Desember 2002

dengan daya tampung 40 kursi dan satu anak cabang di THR (Taman Hiburan Rakyat) Purawisata jalan Brigjen Katamso dengan nama “Small Depot Jogja” yang didirikan pada tanggal 25 Juni 2003.

Di akhir tahun 2004 ada kebijakan perusahaan yang mengubah Depot Jogja sesuai kebutuhan pasar yaitu, perubahan dari tata ruang restoran menjadi *modern*, paket menu yang diikuti perubahan harga sehingga harga terjangkau semua lapisan masyarakat.

Penelitian tentang pelaksanaan bauran pemasaran di restoran Depot Jogja ini terdiri dari beberapa indikator yaitu dari aspek produk, aspek harga, aspek promosi, aspek distribusi dan tanggapan konsumen terhadap pelaksanaan bauran pemasarannya.

B. Hasil Penelitian

1. Pelaksanaan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Restoran Depot Jogja

a. Aspek Produk

Tabel 4. Pelaksanaan bauran pemasaran aspek produk

Sumber	Sangat Penting	Penting	Tidak Penting	Sangat Tidak Penting
Pemilik	Kualitas Jenis Produk Cita rasa Penyajian	Peralatan	Jaminan	-
Manajer pemasaran	Kualitas Jenis produk Cita rasa	Peralatan Penyajian	Jaminan	-

Dari tabel 4 diatas dapat diketahui bahwa pelaksanaan bauran pemasaran restoran Depot Jogja yang diperoleh dari dua sumber, yaitu pemilik dan manajer

pemasaran yang mempunyai kriteria sangat penting, penting, tidak penting dan sangat tidak penting. Menurut pemilik, pelaksanaan bauran pemasaran dari aspek produk sangat penting dikenakan pada kualitas, jenis produk, cita rasa, penyajian. Penting pada peralatan. Tidak penting pada jaminan. Sedangkan menurut manajer sangat penting dikenakan pada kualitas, jenis produk dan cita rasa. Penting pada peralatan dan penyajian. Tidak penting pada jaminan. Menurut kedua sumber jaminan tidak penting karena depot Jogja sudah menerapkan standar kualitas pada setiap produknya.

Dari dua sumber yang di dapat yaitu pemilik dan manajer terdapat perbedaan pada kriteria penting yaitu pada penyajian. Alasan manajer pemasaran penyajian masuk dalam kategori penting karena penyajian tidak akan mempengaruhi laku tidaknya suatu produk. Hal ini dikarenakan penyajian dalam suatu hidangan makanan sudah ada ketentuan-ketentuan yang ditetapkan oleh pihak restoran dan ketentuan tersebut berlaku mulai dari makanan dipesan sampai di hidangkan. Misalnya menu *hot plate*, sebelum di hidangkan piring yang terbuat dari besi tersebut, sebelumnya ada ketentuan dipanaskan agar makanan yang disajikan benar-benar dalam keadaan panas. Dan ketentuan itu sudah menjadi tuntutan koki untuk proses pengolahan makanan. Untuk lebih jelasnya pelaksanaan bauran pemasaran restoran Depot Jogja dari aspek produk adalah sebagai berikut:

1. Kualitas

a) Standar kualitas (pengendalian mutu bahan)

Standar kualitas pada aspek produk, sama dengan sistem produksi, adalah penyesuaian secara tepat persyaratan sebagai produsen makanan. Depot Jogja berperan sebagai salah satu produsen makanan yang selalu mengutamakan konsumen, juga sebagai pedagang makanan, penyalur atau distributor dan sebagai penghasil makanan berusaha menggunakan bahan makanan yang berkualitas.

Pengadaan bahan baku di restoran Depot Jogja melalui 2 cara, yaitu bahan dibeli sendiri dan melalui pemasok atau *supplier*. Pemasok Depot Jogja adalah orang dari agen pabrik atau distributor, sehingga harga bahan baku bisa lebih rendah dari harga pasar pada umumnya. *Purchasing* atau orang yang bertugas belanja bahan baku dan membeli semua bahan baku segar di pasar tradisional Beringharjo. Akan tetapi jika bahan baku yang dibutuhkan tidak terdapat di pasar maka supermarket sebagai tempat pilihan yang terakhir.

Pengadaan bahan memiliki peranan penting, karena dengan sistem pengontrolan, pembelian yang benar dapat menjaga kualitas, mengurangi waktu dan tenaga dalam menentukan mutu barang, dan mengurangi ketegangan antar bagian yang terkait dalam pembelian ini. Depot Jogja melakukan pembelian bahan segar seperti sayuran, daging dan seafood setiap hari. Hal tersebut merupakan salah satu upaya mencegah sayuran rusak dalam penyimpanan.

Dalam pengadaan bahan, kualitas bahan yang baik harus diperhatikan dan bahan tersebut adalah :

(1) Sayuran

Untuk membuat hidangan sayur diperlukan sayuran yang masih segar dan baik, bersih dari kotoran, tidak berulat maupun berpenyakit. Bahan sayuran yang diperoleh dari pasar meliputi : bayam, brokoli, bunga kol, buncis, jagung, jamur kuping, kangkung, timun, tomat dan wortel.

(2) Hewani

Bahan hewani digunakan untuk menu utama, kaldu dan sup. Bahan didatangkan dari depot daging Vino pasar Beringharjo, seperti hati ayam dan daging ayam. Khusus daging sapi, seafood dan udang langsung dari pasar tradisional. Dalam memilih dan membeli bahan hewani, restoran Depot Jogja membuat standar kualitas pada bahan hewani yang akan diolah menjadi produk makanan seperti pada tabel berikut ini :

Tabel 5. Standar Kualitas Bahan Hewani

No	Nama Bahan	Karakteristik
1.	Daging sapi	Segar, mengkilap, bengkak dan kenyal, tidak berlendir, tidak terasa lekat waktu dipegang.
2.	Daging ayam	Berbau segar tidak busuk, berwarna putih, tidak berlendir, bersih dari bulu.
3.	Seafood (cumi, udang dan kerang)	Berbau segar tidak busuk, ukuran sama rata, tidak berlendir.
4.	Tulang sapi (<i>schenkel</i>)	Tulang utuh tidak hancur, tidak berbau busuk, berwarna putih.
5.	Telur ayam	Bila dimasukkan dalam air tenggelam, bila diteropong isi telur nampak, tidak banyak kotoran.

Sumber : *Job Description* Restoran Depot Jogja

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa setiap bahan mempunyai karakteristik yang berbeda, pada umumnya untuk daging sapi, daging ayam, seafood dan tulang sapi yang masih baik akan terlihat pada kesegaran bahan baku tersebut. Sedangkan pengadaan telur ayam tiga hari sekali melihat dari sifat bahan yang dapat bertahan beberapa hari. Telur tersebut disimpan dalam kotak kayu yang sebelumnya telah dibersihkan dari kotoran. Penyimpanan tidak dalam almari pendingin melainkan dekat dengan tempat proses pengolahan, mengingat dalam proses pengolahan akan membutuhkan kecepatan waktu.

(3) Bumbu

Tabel 6. Jenis Bumbu Depot Jogja

No.	Jenis Bumbu	Nama Bumbu	Tempat pembelian
1.	Herbs	Bawang merah, bawang putih, bawang bombay, cabe merah, cabe hijau, cabe rawit, bumbu pawon.	Pasar Beringharjo
2.	Spices	Ketumbar, lada, pala dan garam.	Pasar Beringharjo.
3.	Bumbu instant	Angciu, sesame oil, saus tape, maggi seasoning, kaldu blok, mustard, saus tomat, kecap	Supermarket dan pemasok

Sumber : *Job Description* Restoran Depot Jogja

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa bumbu yang digunakan di restoran Depot Jogja digolongkan menjadi tiga macam, yaitu : herbs, adalah bumbu dari tumbuhan yang hanya dapat bertahan beberapa hari. Cara mendapatkan bumbu ini dilakukan setiap 2 hari sekali atau sesuai kebutuhan dan pembelian di pasar Beringharjo. Hal ini dilakukan karena sifat dari bumbu itu sendiri yang mudah rusak dan membusuk.

Kedua *spices*, adalah bumbu dari tumbuhan yang sudah dikeringkan. Bumbu ini dapat bertahan beberapa minggu. Cara mendapatkan bumbu ini dilakukan seminggu sekali atau sesuai kebutuhan.

Ketiga bumbu instan, bumbu ini biasanya sudah dalam bentuk olahan dari pabrik. Karena sifatnya dapat bertahan beberapa hari bahkan bulan, biasanya pembelian dilakukan sekali dalam satu bulan. Hal ini dilakukan selain menghemat waktu dan tenaga, juga karena lokasi Depot Jogja yang berada di lokasi perbelanjaan memudahkan pembelian walaupun ada pemasok. Pemasok khusus bumbu instan adalah saus tomat dan kecap merk ABC.

b) Kualitas bahan baku

Upaya restoran Depot Jogja untuk menjaga kualitas bahan baku menggunakan pengukuran bahan dengan jumlah yang dikerjakan. Misalnya, untuk satu porsi menu cumi goreng tepung digunakan bahan cumi segar 2 ons, untuk satu porsi nasi goreng digunakan 1 mangkok sup atau *soup bowl*. Hal ini diterapkan untuk menjamin bahwa jumlah yang dihidangkan sesuai porsi yang ditetapkan perusahaan dan untuk menjaga ketepatan *chef* atau koki dalam pengolahan makanan. Selain menggunakan pengukuran bahan, tahap penyimpanan digunakan pada bahan-bahan yang pemakaiannya untuk beberapa hari. Penyimpanan bahan memerlukan perhatian, antara lain:

- (1) Penyimpanan dan perlakuan khusus untuk masing-masing bahan seperti, bahan kering disimpan dalam almari persediaan bahan (almari gudang) dan bahan segar dalam almari pendingin.
- (2) Untuk bahan sayuran sebelum digunakan, sayuran disimpan dalam almari pendingin yang sebelumnya dilakukan pembersihan kotoran, dicuci kemudian disimpan. Penyimpanan sayuran ini menggunakan sistem FIFO(*first in first out*).
- (3) Khusus untuk seafood (cumi, udang) sebelum penyimpanan, bahan dibersihkan dari kotoran, dicuci, ditiriskan dan dikemas dalam kantong plastik. Ukuran untuk cumi @200 gram dan udang @150 gram. Untuk kerang dilakukan proses perebusan dan pengulitan sehingga bagian yang digunakan adalah setengah bagian cangkang dan isi.

2. Jenis produk makanan

a) Variasi menu (variasi produk makanan)

Tabel 7. Variasi Menu Depot Jogja

No.	Penggolongan menu	Varian (Macam menu)
1.	<i>Appetizer</i>	<i>Salads, Dressing, Sup</i>
2.	<i>Main Course</i>	<i>Hot plate, Steak, Sate, Iga sapi, Nasi goreng, Mie goreng, Bebek, Burung dara, Ayam, Kerang, Udang, Cumi, Cah</i>
3.	<i>Dessert</i>	<i>Buah segar, Ice cream, Milkshake</i>
4.	Minuman	Minuman panas dan dingin, Jus buah, Kopi dan Wedang.

Sumber : *Job Description* Restoran Depot Jogja

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa menu (variasi produk makanan) yang ditawarkan Depot Jogja meliputi produk :

- (1) *Appetizer* atau makanan pembuka, variasi produk pada penyajian langsung setelah ada pemesanan. Kondisi hidangan panas untuk sup dan dingin khusus untuk salad dan dressing.
- (2) *Main course* atau makanan utama, berbagai jenis makanan utama mulai dari makanan oriental, kontinental dan Indonesia tersedia untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Makanan utama yang disediakan sudah disesuaikan dengan ciri khas yang ada di Depot Jogja .
- (3) *Dessert* atau makanan penutup, variasi hidangan mulai dari buah segar mulai dari satu jenis buah sampai *mix fruit slice* dan es dihidangkan dalam keadaan segar atau dingin.
- (4) Minuman, segala jenis minuman mulai dari minuman panas, dingin dan wedang. Dengan demikian minuman yang tersedia cukup memenuhi keinginan konsumen.

b) Desain produk

Menu *a'la carte* memberikan kebebasan orang untuk menentukan sendiri pilihannya dengan keseimbangan rangkaian hidangan. Untuk mencapai adanya keseimbangan ini, Depot Jogja menyajikan makanan yang dapat saling melengkapi satu sama lainnya atau untuk mendapatkan saling berlawanan untuk menghindari kesamaan aroma dan tekstur.

Depot Jogja menyajikan makanan dengan variasi warna dan bentuk yang berbeda. Karena warna merupakan cara untuk menarik mata dan sebagai daya tarik. Seperti sayuran yang berwarna merah, hijau sangat bermanfaat untuk menghidupkan penampilan makanan dari bahan daging,

ayam, ikan dan bahan bertepung dimana kecenderungan warna lebih mengarah pada warna putih atau coklat.

Upaya Depot Jogja untuk menampilkan desain produk atau hidangan yang menarik dengan memberikan variasi ukuran, potongan, bentuk dan menghindari penggunaan bentuk dan warna yang sama, atau hampir sama dalam suatu susunan hidangan.

c) Menu baru (produk baru)

Sebagian besar orang akan menikmati makanan yang sudah dikenalnya dengan baik, tetapi dalam pelaksanaannya dilakukan secara perlahan. Oleh karena itu pihak restoran dalam memasukkan salah satu makanan tersebut dalam daftar menu yang sudah ada dilakukan 6 bulan sekali atau 1 tahun sekali. Karena produk makanan yang ditawarkan diusahakan adalah hidangan yang diminati oleh sebagian besar orang.

d) Evaluasi produk

Pada saat meluncurkan produk baru ada beberapa hal yang menjadi perhatian restoran Depot Jogja, apakah sudah ada pertimbangan dengan berbagai pihak yang terkait dengan pengadaan menu tersebut. Oleh karena itu evaluasi produk akan terus dilakukan baik pada saat peluncuran ataupun menu sudah dituliskan dalam daftar menu baru. Ada beberapa langkah yang dilakukan pada tahap evaluasi menu. Menu tersebut adalah :

(1) Penentuan anggaran belanja

Menu dan resep menjelaskan mengenai bahan baku apa saja yang perlu untuk dibeli sekaligus menentukan besarnya anggaran yang dibutuhkan. Untuk hal tersebut dalam hal ini menu dan anggaran harus seimbang untuk siapa, bagaimana menu yang kita buat, dan bahan apa yang dibutuhkan.

(2) Penentuan peralatan

Membuat menu harus ada perencanaan tentang peralatan apa saja yang dibutuhkan dan bagaimana kita menggunakan peralatan sekaligus perawatannya.

(3) Penentuan waktu pengolahan

Merencanakan menu yang akan dibuat erat kaitannya dengan waktu yang dibutuhkan untuk mengolah. Dengan memilih menu dengan waktu yang kita perhitungkan dapat memilih menu dengan tingkat kesukaan dan lama pengolahan yang dibutuhkan.

(4) Penentuan tenaga yang dibutuhkan

Menu dapat menggambarkan banyaknya tenaga yang dibutuhkan untuk mengolah hidangan, tingkat pengolahan dalam pengolahan dan pengaturan waktu.

(5) Penentuan keterampilan dan teknik pengolahan

Membuat menu membutuhkan keterampilan mulai dari persiapan, teknik pengolahan yang harus dikuasai sampai menyajikannya.

(6) Penentuan siapa yang akan makan dan siapa yang masak

Pengunjung restoran merupakan penentu dalam perencanaan menu karena dapat dilihat siapa yang akan makan dan siapa yang akan mengolahnya.

e) Paket Produk / paket menu

Paket produk adalah menu yang disusun berdasarkan suatu kegiatan-kegiatan istimewa atau juga untuk kesempatan yang lain, misalnya hari lebaran. Pada saat hari lebaran, depot jogja menyajikan paket menu yang pas dengan hidangan yang sering dihadirkan yaitu opor ayam dengan ketupat, iga sapi kecap, kare ayam. Menu ini ditawarkan dengan harga yang lebih murah dengan pertimbangan pada saat lebaran akan banyak pengunjung yang datang ke Depot Jogja.

f) Kemasan Produk

Kemasan produk yang dimaksud disini adalah selain disajikan ditempat menggunakan piring, yaitu produk yang disajikan dibawa pulang. Penggunaan kemasan dengan sterofoam dan plastik yang terdapat logo Depot Jogja.

g) Pelengkap Produk

Dalam tata cara penyajian, pelengkap produk memang harus tertata dimeja, tetapi di Depot Jogja produk seperti lada, garam, saus, kecap, dan sambal akan disajikan jika sesuai dengan hidangan yang akan dipesan. Karena tidak mungkin orang yang memesan steak turut disajikan bersama dengan kecap atau sambal.

3. Cita rasa

a) Resep standar

Resep standar merupakan suatu resep yang biasa dikembangkan tentang cara pengolahannya, peralatan dan cara menghidangkannya. Resep standar merupakan salah satu hal yang penting untuk menjamin bahwa makanan yang dihasilkan memiliki kualitas baik. Hasilnya telah dihitung dalam jumlah yang pasti berdasarkan perkiraan jumlah porsi yang telah ditetapkan pihak restoran Depot Jogja.

Resep standar yang dimiliki di restoran tersebut di pegang teguh oleh para koki, karena resep standar akan menghasilkan suatu produk yang tetap sama untuk setiap saat, baik saat dibuat maupun dihidangkan, tidak memandang koki siapa yang mengolahnya. Mengingat ada pembagian kerja setiap hari terutama pada *shift* pagi dengan koki yang berbeda.

b) Selera konsumen

Menu *a'la carte* yang ditawarkan di Depot Jogja memberikan kebebasan kepada konsumen untuk menentukan sendiri pilihan dan keseimbangan rangkaian hidanganannya. Dalam hal ini tidak bisa disalahkan bila ada pemesanan makanan yang tidak sesuai. Misalnya menu *dessert* dipesan sebelum hidangan utama. Oleh karena itu hidangan yang ditawarkan cukup banyak pilihan sehingga konsumen dapat dengan mudah memilih keseimbangan rangkaian hidangan sesuai dengan keinginannya atau dapat juga minuman yang biasanya sebagai makanan

penutup oleh pihak restoran dijadikan makanan pembuka bila konsumen mengalami kesulitan dalam memilih dan menentukan jenis makanan yang akan di pesan.

4. Peralatan restoran

a) Variasi alat penyajian

Tabel 8. Peralatan Penyajian Depot Jogja

No	<i>Chinaware</i>	No	<i>Glassware and Other Equipment</i>
1.	<i>Plates : dinner, soup, dessert dan side plate.</i>	1.	<i>Gelas bertangkai : water goblet, cocktail glass.</i>
2.	<i>Cups : soup, coffee/tea, egg cup</i>	2.	<i>Gelas tanpa tangkai : juice glass, beer mug, ice tea glass</i>
3.	<i>Saucers : soup, coffee/tea</i>	3.	<i>Other equipment : tray, salt and pepper shake, mustard pot, sauce boat, flower vase, table number, butter container, banana split dish, tong</i>
4.	<i>Pots : coffee/tea</i>		
5.	<i>Jugs : milk, cream, waiter jugs</i>		
6.	<i>Bowl : sugar, salad</i>		
7.	<i>Astray</i>		

Sumber : *Job Description* Restoran Depot Jogja

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa peralatan penyajian yang ada di restoran Depot Jogja dibagi menjadi 2 yaitu :

- (1) *Chinaware*, merupakan peralatan yang penting dalam mendukung penampilan sebuah meja makan. *Chinaware* yang ada di restoran tersebut sudah tersedia secara tepat baik dari ukuran maupun warna sudah disesuaikan dengan jenis kebutuhan hidangan mulai dari makanan pembuka sampai penutup.
- (2) *Glassware*, merupakan peralatan yang sama pentingnya dengan *chinaware*. Peralatan tersebut yang digunakan untuk tempat minuman dan pemilihan *glassware* adalah yang polos tanpa warna, untuk kopi

menggunakan warna putih dan bersih yang tidak dapat mempengaruhi warna minuman.

b) Kelengkapan peralatan restoran

Tabel 9. Alat persiapan dapur

Bahan hewani	Sayuran	Alat pengolahan	Alat saji
a. Meja kerja b. Pisau fillet c. Gobang d. Panci presto e. <i>Chopping board</i> f. <i>Tray</i>	a. Meja kerja b. <i>Chopping board</i> c. <i>Peller</i> d. Pisau	a. <i>Grill</i> b. Kompor gas c. Kom d. Panci e. Wajan f. <i>Rice cooker</i> g. Teflon h. Alat pengaduk	a. Meja kerja b. <i>Plate</i> c. Sendok sup dan saus d. Alat makan dan minum e. <i>Cutleries : dinnerknife, fork, dessert knife</i>

Sumber : *Job Description* Restoran Depot Jogja

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alat persiapan tergolong alat dapur. Fungsi alat ini untuk memudahkan penyiapan makanan yang akan diolah maupun mengolah makanan menjadi hidangan. Dengan merencanakan alat maka mempermudah proses pengolahan, selain itu juga dengan menggunakan peralatan yang tepat akan mempengaruhi hasil akhirnya. Di restoran Depot Jogja klasifikasi peralatan yang digunakan menurut cara pengolahannya adalah sebagai berikut:

- (1) *Cooking equipment* atau peralatan masak, adalah alat dapur yang langsung digunakan untuk mengolah makanan seperti kompor, *steamer, grill*, wajan, panci, *rice cooker*, teflon, alat pengaduk.
- (2) Alat pembantu yang lain seperti *chopping board, piller*, pisau dan gobang

(3) *Processing equipment* adalah alat dapur untuk memproses bahan yang digunakan makanan sebelum proses pengolahan maupun pada saat persiapan seperti *food chopper*, *food slicer* yaitu alat pemotong bahan makanan terutama sayuran.

(4) *Holding and storage equipment* atau alat penyimpanan, misalnya cold food storage. Almari pendingin ini merupakan almari es untuk menyimpan bahan makanan baik sayuran, bumbu-bumbu maupun untuk jenis lauk.

c) Pemeliharaan peralatan

Kebersihan dari peralatan yang dipergunakan Depot Jogja dijaga dengan beberapa macam cara yang disesuaikan dengan kondisi dari alat-alat tersebut. Tetapi yang paling sering dilakukan adalah (1) pencucian, pencucian tidak terbatas pada salah satu jenis alat misalnya alat makan dan minum, tetapi merupakan suatu keharusan alat yang lain harus bersih seperti tempat bumbu-bumbu, pisau atau alat masak lainnya. (2) pemolesan, setelah semua peralatan dicuci alat tersebut dikeringkan dengan kain bersih yang kering. Dan untuk peralatan makan dari bahan stainless pemolesan dengan cara merendam peralatan tersebut dengan air hangat yang ditetesi dengan perasan air jeruk nipis. Hal ini bertujuan menjaga agar peralatan tersebut terlihat mengkilap dan bersih.

5. Penyajian

Pelayanan adalah suatu komponen penting dalam bagian menu. Untuk memberikan kesan menarik pada konsumen beberapa hal yang dilakukan Depot Jogja dalam penyajian makanan antara lain :

- a) Cara menyajikan makanan harus terhindar dari pencemaran (rambut, arang karena makan hangus dan tumpahan makanan itu sendiri).
- b) Peralatan penyajian terjaga kebersihannya. Khusus untuk *cutleries* dipoles menggunakan air panas dan jeruk nipis agar mengkilap dan tidak berbau.
- c) Makanan yang disajikan *digarnish* atau dihias, yaitu satu daun sawi putih, dua irisan timun, satu irisan tomat untuk setiap menu kecuali dengan lalapan sayuran yaitu *lettuce*, timun dan sambal.
- d) Makanan yang disajikan harus dalam keadaan panas, karena baru diproses ditempat pengolahan, khusus *hot plate* piring terbuat dari besi dan dialasi kayu untuk menahan dan mempertahankan agar aroma makanan tetap terjaga.
- e) Penyajian dilakukan menggunakan *tray* atau baki yang dialasi kain untuk mencegah piring bergeser dan menyerap tumpahan makanan.

6. Jaminan

Jaminan merupakan suatu bentuk tanggung jawab yang diberikan dari pihak Depot Jogja dengan kesediaan mengganti kembali makanan atau minuman yang tidak sesuai dengan pesanan konsumen dengan makanan atau minuman yang sama, selama kesalahan tersebut berasal dari pihak restoran.

Hal ini dilakukan tanpa membebankan kembali biaya makanan yang pertama kali ada kesalahan dan bertujuan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

b. Aspek Harga

Tabel 10. Pelaksanaan bauran pemasaran aspek harga

Sumber	Sangat Penting	Penting	Tidak Penting	Sangat Tidak Penting
Pemilik	Pilihan harga Pesaing	Biaya produksi	Jumlah permintaan	-
Manajer	Pilihan harga Pesaing	Biaya produksi	Jumlah permintaan	-

Dari tabel 10 diatas dapat diketahui bahwa menurut pemilik pelaksanaan bauran pemasaran dari aspek harga sangat penting dikenakan pada pilihan harga yang ditawarkan dan pesaing antara pelaku usaha sejenis. Penting pada biaya produksi. Tidak penting pada jumlah permintaan. Sedangkan menurut pihak manajer pelaksanaan bauran pemasaran sangat penting dikenakan pada pilihan harga dan pesaing. Penting pada biaya produksi. Tidak penting pada jumlah permintaan. Untuk lebih jelasnya pelaksanaan bauran pemasaran dari aspek harga adalah sebagai berikut :

1. Biaya produksi

Depot Jogja merupakan anak perusahaan PT Aryudya Surya Gemilang, maka uang hasil penjualan dipotong biaya produksi kemudian diserahkan ke kantor pusat, demikian juga untuk biaya belanja setiap hari dikeluarkan pihak pusat. Biaya produksi akan menentukan penetapan harga di setiap produk

makanan. Sedangkan kebutuhan dana untuk biaya produksinya adalah sebagai berikut :

Tabel 11. Modal awal

No	Jenis kebutuhan	Jumlah
1.	Modal awal	Rp. 500 juta
2.	Sewa tempat	Rp. 60 juta
3.	Peralatan restoran	Rp. 50 juta
4.	Interior	Rp. 10 juta
5.	Safety factor 6 bulan	Rp. 30 juta

Sumber : Sumadi, *Manajer restoran Depot Jogja*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dengan adanya berbagai jenis kebutuhan awal mendirikan restoran maka harga penjualan makanan tergolong tinggi, namun penjualan laku keras karena sasaran yang menguntungkan. Sebagai contoh perhitungan harga salah satu menu hot plate cumi harga Rp. 20.000,00 adalah sebagai berikut :

Food cost = Rp. 5000,00
 Kenaikan yang diharapkan = 25%
 Harga jual keseluruhan = $100 : 25 \text{ (Rp. 5000,00)}$ = Rp. 20.000,00
 Laba kotor = $\text{Rp. 20.000,00} - \text{Rp. 5000,00}$ = Rp. 15.000,00
 Upah karyawan = $25\% \times \text{Rp. 15.000,00}$
 = Rp. 3.750,00
 Biaya umum = $50\% \times \text{Rp. 15.000,00}$
 = Rp. 7.500,00
 Laba bersih = $\text{Rp. 15.000,00} - (\text{3.750,00} + \text{7.500,00})$
 = Rp. 3.750,00

Jadi harga jual hot plate cumi per porsi Rp. 20.000,00

Sumber : Sumadi, *Manajer restoran Depot Jogja*

Dari perhitungan harga diatas dapat diketahui bahwa kenaikan yang diharapkan perusahaan sebesar 25%, tetapi perhitungan gaji karyawan tidak berdasarkan pada jumlah produk yang terjual karena gaji karyawan diberikan dalam bulanan dan berdasarkan kebijakan dari perusahaan. Dan biaya umum yang dimaksud adalah biaya produksi untuk menghasilkan satu jenis makanan dan besarnya 50% sudah ditetapkan oleh pihak restoran sendiri.

2. Jumlah permintaan

Karena Depot Jogja sudah mempunyai perhitungan penetapan harga, maka harga yang telah ada tidak dipengaruhi oleh jumlah permintaan atau banyak sedikitnya konsumen yang datang. Hal ini dilaksanakan dengan tujuan mempertahankan posisi dalam pasar dimana lokasi Depot Jogja berada di tempat perbelanjaan yang selalu meningkatkan citra yang baik di masyarakat. Strategi ini dilakukan karena : (a) pasar/konsumen yang dilayani restoran Depot Jogja tidak terpengaruh oleh perubahan lingkungan, (b) ketidakpastian reaksi konsumen dan pesaing terhadap perubahan harga, karena sudah ada daftar harga dalam setiap produknya, (c) adanya kebijaksanaan dari pusat perusahaan yang meminta mempertahankan harga dengan melihat Depot Jogja berada di lingkungan akademik yang menuntut keterjangkauan harga.

3. Pesaing

Selain berdasarkan pada pertimbangan biaya, permintaan ,atau laba, harga juga ditetapkan atas dasar perhitungan, yaitu apa yang dilakukan pesaing Depot Jogja. Penetapan harga berpegang teguh pada tingkat harga tradisional dimana pihak perusahaan restoran berusaha untuk tidak mengubah

harga diluar batas-batas pesaing usaha yang sejenis. Untuk itu pihak Depot Jogja menyesuaikan ukuran dan isi produk guna mempertahankan harga.

4. Pilihan harga

Penentuan harga juga tergantung pada jenis makanan, yang terlihat harga produk makanan sangat bervariasi karena telah disesuaikan dengan jenis produk, kualitas produk, biaya produksi dan pasar pesaing. Pilihan harga yang ditawarkan sangat bervariasi untuk menarik konsumen dalam menentukan pilihan makanan dan harga yang sesuai dengan kemampuan konsumen.

c. Aspek Promosi

Tabel 12. Pelaksanaan bauran pemasaran aspek promosi

Sumber	Sangat Penting	Penting	Tidak Penting	Sangat Tidak Penting
Pemilik	Sasaran promosi	Frekuensi promosi Anggaran promosi	Media promosi Media promosi	-
Manajer	Sasaran promosi	Frekuensi promosi Anggaran promosi	Media promosi Media promosi	-

Berdasarkan tabel 12 diatas dapat diketahui bahwa menurut pemilik, pelaksanaan bauran pemasaran dari aspek promosi sangat pentingdikenakan pada sasaran promosi. Penting pada frekuensi promosi dan anggaran promosi. Tidak penting pada media promosi. Sedangkan menurut manajer, pelaksanaan bauran pemasaran dari aspek promosi sangat penting dikenakan pada sasaran promosi. Penting pada frekuensi dan anggaran promosi. Tidak penting pada media promosi. Untuk lebih jelasnya pelaksanaan bauran pemasaran dari aspek promosi adalah sebagai berikut:

1. Frekuensi promosi

Merupakan waktu yang dipilih oleh Depot Jogja untuk melaksanakan kegiatan promosi untuk mengenalkan produknya kepada masyarakat lewat media promosi yang waktunya satu bulan sekali untuk media cetak dan elektronik.

2. Media promosi

Merupakan media yang dipilih untuk melaksanakan pemasaran melalui media elektronik yaitu di radio Petra FM Yogyakarta, melalui media cetak di surat kabar harian Kedaulatan Rakyat, melalui pemasangan spanduk di sekitar lokasi restoran, dan melalui papan nama neon box yang terdapat di depan pintu masuk ruang restoran.

3. Sasaran promosi

Sasaran atau target pasar yang dipilih untuk kegiatan promosi Depot Jogja pada umumnya adalah pengunjung Galeria mall dan masyarakat seluruh Yogyakarta dan pada khususnya adalah etnis Cina, wisatawan mancanegara yang kebetulan berkunjung di Galeria mall.

4. Anggaran promosi

Pihak Depot Jogja belum tentu menentukan biaya atau anggaran dana khusus untuk kegiatan promosi. Walaupun ada kegiatan promosi, menurut pihak perusahaan dana tersebut diambil dari dana tak terduga untuk anggaran setiap 6 bulan sekali.

d. Aspek Distribusi

Tabel 13. Pelaksanaan bauran pemasaran aspek distribusi

Sumber	Sangat Penting	Penting	Tidak Penting	Sangat Tidak Penting
Pemilik	Lokasi usaha Jangkauan	Pelayanan	-	-
Manajer	Lokasi usaha Jangkauan	Pelayanan	-	-

Dari tabel 13 diatas dapat diketahui bahwa pelaksanaan bauran pemasaran dari aspek distribusi menurut pemilik sangat penting dikenakan pada lokasi usaha dan jangkauan distribusi produk makanan yang dihasilkan Depot Jogja. Penting pada pelayanan. Sedangkan menurut manajer pelaksanaan bauran pemasaran dari aspek distribusi sangat penting dikenakan pada lokasi usaha dan jangkauan konsumen terhadap lokasi Depot Jogja. Penting pada pelayanan di restoran. Untuk lebih jelasnya pelaksanaan bauran pemasaran dari aspek promosi adalah sebagai berikut:

1. Lokasi usaha

Lokasi Depot Jogja terletak di lantai basement gedung Galeria mall yang merupakan pusat berbagai kegiatan yang sering diadakan oleh pihak manajemen mall, baik berupa pameran produk, lomba-lomba maupun kegiatan entertainment lainnya. Dan di lokasi ini banyak berdiri para pelaku usaha dibidang makanan. Oleh karena itu sangat memudahkan pengunjung untuk mengetahui letak restoran itu sendiri.

2. Jangkauan distribusi

Jangkauan distribusi merupakan proses penyampaian produk dari ruang produksi atau dapur restoran kepada konsumen melalui *waiter/ss*. Pelaksanaan jangkauan distribusi untuk produk makanan Depot Jogja dibagi dua macam yaitu, makan kondisi panas ditempat dan makanan dibawa pulang oleh konsumen dengan menggunakan kemasan dari *sterofoam* dan dibungkus plastik dengan logo Depot Jogja. Mencantumkan nama dan logo merupakan salah satu daya tarik kepada konsumen tentang produk Depot Jogja.

Selain konsumen dapat makan di tempat dan di bawa pulang kelancaran dalam proses distribusi juga di dukung dengan kecepatan dan ketepatan dalam penyampaian daftar pesanan menu dari konsumen ke ruang dapur. Urutan pengolahan makanan harus sesuai urutan daftar pesanan agar tidak terjadi kesalahan, karena konsumen tidak mau menunggu terlalu lama dalam memesan makanan.

3. Penyajian

a) Kecepatan pelayanan

Penyajian salah satu komponen penting dalam bagian menu. Untuk memberikan kesan menarik kepada konsumen beberapa hal yang dilakukan Depot Jogja dalam menyajikan makanan dalam keadaan panas, karena baru selesai diproses. Khusus hot plate piring tersebut terbuat dari besi dan dialasi kayu untuk menahan dan mempertahankan agar aroma makanan tetap terjaga. Sedangkan alur penyajian makanan kepada konsumen melalui alur seperti dalam tabel di bawah ini:

Tabel 14. Alur penyajian makanan

No	Kegiatan	Cara pelaksanaan	Pelaksana
1.	Penerimaan order	Tamu memesan makanan yang diinginkan sesuai dengan buku menu, kemudian waiter menyampaikan order(order slip restoran) kepada cook agar segera diolah.	Waiter/ss
2.	Prepare bahan dan alat hidang	Setelah order diterima maka cook menyiapkan bahan yang akan dimasak dan alat hidang dibantu <i>cookhelper</i> .	Cook, <i>cookhelper</i>
3.	Pengolahan	Pengolahan dilakukan dengan cepat karena bahan dan bumbu sudah disiapkan.	Cook
4.	Pemorsian	Pemorsian sudah ada standar porsi untuk setiap jenis menu. Sedangkan alat hidang menggunakan Chinaware warna putih.	Cook, <i>chef</i>
5.	Garnish	Agar menarik makanan yang akan disajikan diberi garnish.	<i>Cookhelper</i>
6.	Penyajian	Makanan yang sudah siap segera dihidangkan kepada tamu sesuai order.	Waiter/ss
7.	Berkemas	Berkemas disini berarti membersihkan area kerja/alat kerja meliputi membersihkan meja, mengepel dan mencuci alat masak	Cook, <i>cookhelper</i> , <i>dishwasher</i>

Sumber : *Job Description* Restoran Depot Jogja

b) Penampilan sumber daya manusia

Setiap karyawan Deppot Jogja harus mengetahui *personal hygienenya*. Khususnya untuk bagian produksi yang selalu berhubungan dengan makanan serta bagian pelayanan yang berhubungan langsung dengan tamu. Personal hygiene tersebut meliputi hal-hal sebagai berikut :

(1) pemeriksaan kesehatan, (2) kebersihan tangan dan kuku, (3) kesehatan rambut, (4) kesehatan hidung, (5) kebersihan mulut dan gigi, (6) kebersihan pakaian karyawan, (7) dan penggunaan sepatu

c) Keahlian sumber daya manusia

Keahlian tenaga kerja untuk kegiatan pengolahan adalah koki yang sudah pernah bekerja di hotel maupun restoran sedangkan tenaga kerja untuk kegiatan pelayanan sebagian besar lulusan SMA atau sederajat.

2. Tanggapan Konsumen Terhadap Pelaksanaan Bauran Pemasaran Restoran

Depot Jogja

a. Karakteristik pelanggan

1. Asal konsumen

Hasil penelitian menunjukkan dari 28 konsumen yang datang di Depot Jogja berasal dari Yogyakarta atau dari luar kota. Untuk hasil lengkap dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 15. Asal konsumen Depot Jogja

No	Asal	n	Persentasi
1.	Yogyakarta	19	67,86 %
2.	Luar Yogyakarta	9	32,14 %
	Jumlah	28	100 %

Dari tabel 15 dapat diketahui bahwa pelanggan yang paling banyak berasal dari Yogyakarta adalah sebanyak 19 atau 67,86 % dan yang berasal dari luar Yogyakarta sebanyak 9 atau 32,14 %.

2. Jenis kelamin

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 28 konsumen yang datang di Depot Jogja adalah laki-laki atau perempuan. Untuk hasil yang lengkap dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 16. Jenis kelamin

No	Jenis kelamin	n	Persentase
1.	Laki-laki	10	35,71%
2.	Perempuan	18	64,29%
	Jumlah	28	100%

Dari tabel 16 dapat diketahui bahwa konsumen yang paling banyak berjenis kelamin perempuan adalah sebanyak 18 orang atau 64,29% dan yang berjenis kelamin laki-laki 10 atau 35,71%.

b. Tanggapan Konsumen Terhadap Pelaksanaan Bauran Pemasaran di Restoran Depot Jogja

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap pelaksanaan bauran pemasaran sebanyak 28 orang. Jumlah instrumen terdiri dari 21. Pertanyaan meliputi 14 pertanyaan aspek produk, 2 pertanyaan aspek harga, 1 pertanyaan aspek promosi dan 4 pertanyaan aspek distribusi. Masing-masing dengan 4 pilihan jawaban dengan skala *Likert*. Skor yang diberikan adalah 1 sampai 4.

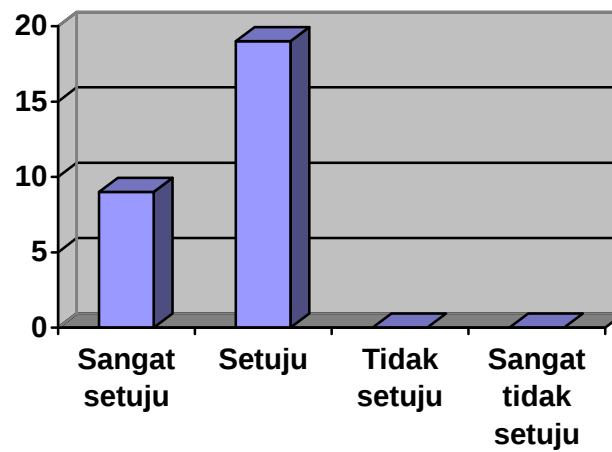
1. Aspek Produk

Tabel 17. Distribusi Frekuensi Skor Hasil Tanggapan Konsumen Aspek Produk

Kategori	Frekuensi (f)	Prosentase (%)
Sangat Setuju	9	32,14 %
Setuju	19	67,86 %
Tidak Setuju	0	0,00 %
Sangat Tidak Setuju	0	0,00 %
Jumlah(N)	28	100 %

Berdasarkan tabel 17 di atas hasil tanggapan konsumen terhadap pelaksanaan bauran pemasaran pada aspek produk memperoleh hasil 32,14 % kategori sangat setuju, 67,86 % kategori setuju, 0,00 % kategori

tidak setuju dan 0,00 % kategori sangat tidak setuju. Hal ini dapat dilihat sebagian besar konsumen memiliki skor termasuk kategori sangat setuju atau setuju dan tidak ada konsumen yang memiliki skor dengan kategori tidak setuju dan sangat tidak setuju.



Gambar 2. Diagram Frekuensi Skor Hasil Tanggapan Konsumen Aspek Produk

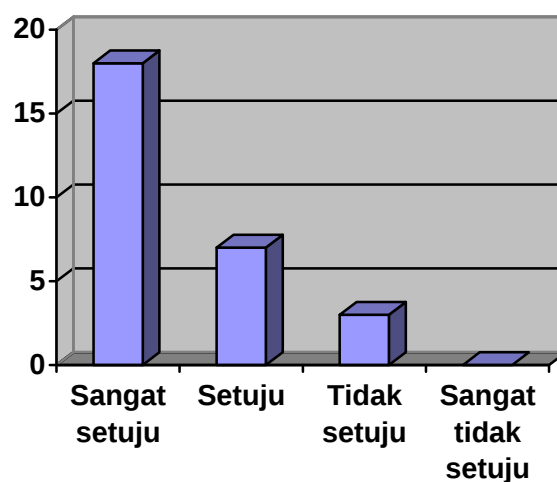
Berdasarkan gambar 2 dapat dilihat hasil tanggapan konsumen terhadap pelaksanaan bauran pemasaran dari aspek produk menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen memiliki skor dengan kategori di atas setuju dan tidak ada konsumen yang memiliki skor di bawah kategori tidak setuju atau sangat tidak setuju. Hal ini berarti pelaksanaan bauran pemasaran menurut konsumen di kategorikan di atas setuju atau baik.

2. Aspek Harga

Tabel 18. Distribusi Frekuensi Skor Hasil Tanggapan Konsumen Aspek Harga

Kategori	Frekuensi (f)	Prosentase (%)
Sangat Setuju	18	64,29 %
Setuju	7	25,00 %
Tidak Setuju	3	10,71 %
Sangat Tidak Setuju	0	0,00 %
Jumlah(N)	28	100 %

Berdasarkan tabel 18 di atas hasil tanggapan konsumen terhadap pelaksanaan bauran pemasaran pada aspek harga memperoleh hasil 64,29% kategori sangat setuju, 25,00 % kategori setuju, 10,71 % kategori tidak setuju dan 0,00 % kategori sangat tidak setuju. Hal ini dapat dilihat sebagian besar konsumen memiliki skor termasuk kategori sangat setuju, setuju, tidak setuju dan tidak ada konsumen yang memiliki skor dengan kategori sangat tidak setuju.



Gambar 3. Diagram Frekuensi Skor Hasil Tanggapan Konsumen Aspek Produk

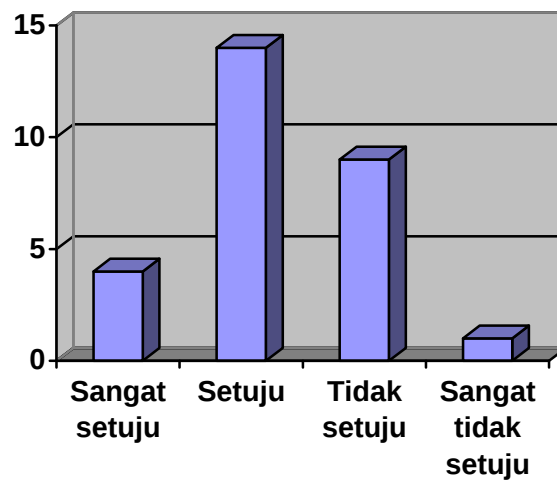
Berdasarkan gambar 3 dapat dilihat hasil tanggapan konsumen terhadap pelaksanaan bauran pemasaran dari aspek harga menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen memiliki skor dengan kategori di atas sangat setuju dan tidak ada konsumen yang memiliki skor di bawah kategori sangat tidak setuju. Hal ini berarti pelaksanaan bauran pemasaran menurut konsumen di kategorikan di atas sangat setuju atau sangat baik.

3. Aspek Promosi

Tabel 19. Distribusi Frekuensi Skor Hasil Tanggapan Konsumen Aspek Promosi

Kategori	Frekuensi (f)	Prosentase (%)
Sangat Setuju	4	14,29 %
Setuju	14	50,00 %
Tidak Setuju	9	32,14%
Sangat Tidak Setuju	1	3,57%
Jumlah(N)	28	100 %

Berdasarkan tabel 19 di atas hasil tanggapan konsumen terhadap pelaksanaan bauran pemasaran pada aspek promosi memperoleh hasil 14,29 % kategori sangat setuju, 50,00 % kategori setuju, 32,14 % kategori tidak setuju dan 3,57 % kategori sangat tidak setuju. Hal ini dapat dilihat sebagian besar konsumen memiliki skor termasuk kategori sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sebagian kecil konsumen yang memiliki skor dengan kategori sangat tidak setuju.



Gambar 4. Diagram Frekuensi Skor Hasil Tanggapan Konsumen Aspek Promosi

Berdasarkan gambar 4 dapat dilihat hasil tanggapan konsumen terhadap pelaksanaan bauran pemasaran dari aspek promosi menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen memiliki skor dengan kategori di atas setuju dan ada sebagian kecil konsumen yang memiliki skor di bawah kategori sangat tidak setuju.

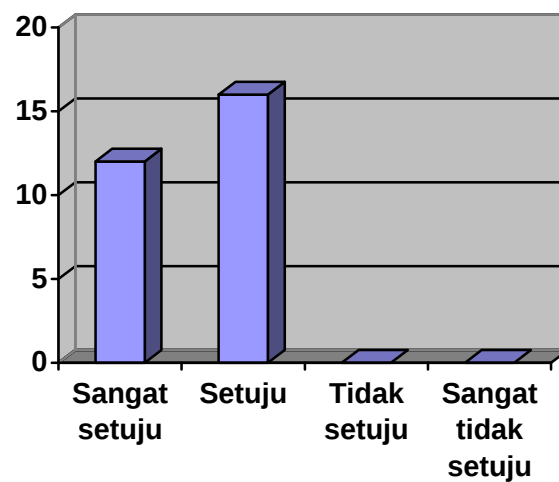
4. Aspek Distribusi

Tabel 20. Distribusi Frekuensi Skor Hasil Tanggapan Konsumen Aspek Distribusi

Kategori	Frekuensi (f)	Prosentase (%)
Sangat Setuju	12	42,86 %
Setuju	16	57,14 %
Tidak Setuju	0	0,00%
Sangat Tidak Setuju	0	0,00%
Jumlah(N)	28	100 %

Berdasarkan tabel 20 di atas hasil tanggapan konsumen terhadap pelaksanaan bauran pemasaran pada aspek distribusi memperoleh hasil

42,86 % kategori sangat setuju, 57,14 % kategori setuju, 0,00 % kategori tidak setuju dan 0,00 % kategori sangat tidak setuju. Hal ini dapat dilihat sebagian besar konsumen memiliki skor termasuk kategori sangat setuju, setuju dan tidak ada konsumen yang memiliki skor dengan kategori tidak setuju dan sangat tidak setuju.



Gambar 5. Diagram Frekuensi Skor Hasil Tanggapan Konsumen Aspek Promosi

Berdasarkan gambar 5 dapat dilihat hasil tanggapan konsumen terhadap pelaksanaan bauran pemasaran dari aspek distribusi menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen memiliki skor dengan kategori di atas setuju dan tidak ada konsumen yang memiliki skor di bawah kategori tidak setuju dan sangat tidak setuju.

3. Pelaksanaan Bauran Pemasaran Restoran Depot Jogja dari Analisa SWOT

Setelah pelaksanaan bauran pemasaran diketahui maka selanjutnya dilakukan analisa SWOT terhadap pelaksanaan bauran pemasaran tersebut untuk mengetahui faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yang ada. Berikut ini adalah tabel 21 hasil analisa SWOT pada restoran tersebut :

Tabel 21. Analisis SWOT pelaksanaan bauran pemasaran Depot Jogja

FAKTOR INTERNAL	
Kekuatan (S) 1. Bahan baku cukup tersedia dan harga terjangkau. 2. Keahlian dalam mengolah makanan dengan baik. 3. Produk sesuai dengan selera konsumen dan menjangkau semua kalangan. 4. Lokasi strategis.	Kelemahan (W) 1. Kurang promosi 2. Pelanggan yang berganti-ganti 3. Tidak ada potongan harga
FAKTOR EKSTERNAL	
Peluang (O) 1. Terbukanya peluang pasar di tempat lain selain Galleria mall. 2. Pengunjung mall yang berbeda akan menambah pelanggan.	Ancaman (T) 1. Banyak usaha sejenis yang muncul yang lebih menarik dan praktis. 2. Masa kontrak dengan pihak pengelola mall.

Kemudian setelah diketahui kondisi faktor internal dan eksternal restoran maka selanjutnya adalah memasukkan faktor-faktor tersebut ke dalam matrik SWOT untuk memperoleh analisa SWOT yang tepat untuk Depot Jogja dan memperoleh formulasi strategi pelaksanaan bauran pemasaran.

Tabel 22. Matrik SWOT Pelaksanaan Bauran Bemasaran Depot Jogja

INTERNAL EKSTERNAL	KEKUATAN (S) 1. Bahan baku cukup tersedia dengan harga terjangkau. 2. Keahlian dalam mengolah makanan sesuai resep standar Depot Jogja. 3. Produk sesuai dengan selera konsumen. 4. Harga terjangkau. 5. Lokasi strategis.	KELEMAHAN (W) 1. Kurang promosi 2. Sulit menentu pengunjung yang 3. Tidak ada pototo makan gratis.
PELUANG (O) 1. Terbukanya pasar ditempat lain atau antar mall. 2. Pengunjung mall yang berbeda membuka pasar untuk Depot Jogja. 3. Makin berkembangnya pariwisata di Yogyakarta.	STRATEGI SO: 1. Memperluas jangkauan pasar sehingga tidak hanya sebatas di mall. 2. Produk yang ditawarkan sesuai resep standar dapat dengan mudah di terima masyarakat. 3. Lokasi yang strategis diharapkan menambah jumlah pelanggan. 4. Bekerja sama dengan Dinas pariwisata untuk membuat dan mengelola area wisata kuliner di tempat wisata Yogyakarta	STRATEGI WO: 1. Menggunakan menambah pelang 2. Perbedaan pengu dijadikan alat langsung. 3. Memberikan pototo makan gratis d tertentu
ANCAMAN (T) 1. Banyak muncul usaha sejenis yang lebih praktis dan menarik. 2. Masa kontrak dengan pihak pengelola mall.	STRATEGI ST: 1. Variasi produk yang ditawarkan menimbulkan persaingan sehat dengan para pesaing. 2. Menawarkan harga yang terjangkau sehingga dapat diterima masyarakat. 3. Memperpanjang masa kontrak denngaan pengelola Galeria mall. 4. Memperbesar volume produksi. 5. Memberikan potongan harga pada waktu-waktu tertentu.	STRATEGI WT: 1. Turut berpartisipasi diadakan di mall . 2. Menjadi sponsor k maupun di luar m

4. Alternatif Strategi Pelaksanaan Bauran Pemasaran (marketing mix)

Restoran Depot Jogja

Setelah diperoleh formulasi strategi dari 4 sel matrik SWOT, maka diperoleh rancangan alternatif strategi yang bisa dijadikan sebagai bahan masukan bagi pihak restoran dalam upaya pengembangan restoran Depot Jogja ini. Alternatif strategi tersebut diantaranya adalah:

1. Menggunakan media promosi yang lebih banyak melalui media cetak, media elektronik dan pemasangan papan nama yang menarik di kawasan mall, jalan raya di luar kawasan Yogyakarta dengan maksud memberi informasi tentang keberadaan Depot Jogja.
2. Menggunakan struk pembayaran yang tertera identitas restoran Depot Jogja agar mudah dikenali.
3. Kerjasama dengan pengelola mall atau pihak lain menjadi sponsor kegiatan baik yang diselenggarakan di dalam mall maupun kegiatan yang di luar mall.
4. Memperluas jangkauan pasar dengan mencoba lokasi baru.
5. Dalam waktu-waktu tertentu memberikan potongan harga atau voucher makan di Depot Jogja.
6. Bekerjasama dengan paguyuban yang mengurus masalah produk, penyesuaian harga, standarisasi porsi dan promosi.
7. Bekerjasama dengan Dinas Pariwisata untuk membuat dan mengelola area wisata kuliner di area wisata Yogyakarta.

Tabel 1. Identitas responden Depot Jogja

No	Nama Responden	Jenis Kelamin	Alamat
1.	Nuryani	P	Jln. Solo
2.	Taufik Sebayang	L	Jln. Batikan 92
3.	Lisa	P	Vilani Bekasi
4.	Yani	P	Jogja
5.	Lia	P	Jogja
6.	Agus Ridwan	L	Jln. Pondik Kelapa X Blok D Jak-Tim
7.	Destria Anindya Putri	P	Jln. Gejayan Kepuh G III 974
8.	Hj. Wiwik	P	Balikpapan
9.	Kiki	P	Villa Dago Pamulang
10.	Otthey	P	Jln. Palagan Rejodani Perum GMA A5
11.	Ria	P	Perum Puri Kirana B3 Concat Sleman
12.	Rezza Putra	L	Perum Jangkang Jln. Nusa B78 Nogotirto
13.	Tati Sugestini,SH	P	Perum Jangkang Jln. Nusa B78 Nogotirto
14.	Afandano	L	Perum Jangkang Jln. Nusa B78 Nogotirto
15.	Lala	P	Villa dago Pamulang
16.	Bandoro	L	Villa Dago Pamulang
17.	Erni	P	Tegalendu KG II/1153 Kotagede
18.	Khaidir Malik	L	Tegalendu KG II/1153 Kotagede
19.	Enno	P	Jogja
20.	Nisa	P	Griya Taman Permata Blok D
21.	Shela	P	Griya Taman permata Blok D
22.	Dany	L	Jln. Solo
23.	Muhtar	L	Klaten
24.	Shanty	P	Klaten
25.	Vita	P	Balikpapan
26.	Yoga	L	Jogja
27.	Rifki	L	Jogja
28.	Salsa	P	Jogja

Tabel 2. Tenaga kerja

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia (th)	Pendidikan	Status
1.	Sumadi	L	43	D3	Manajer <i>f</i>
2.	Winarno	L	30	SMA	<i>Chef</i>
3.	Sarjono	L	29	SMA	<i>Chef</i>
4.	Agus E.	L	44	SMA	<i>Chef</i>
5.	Agus W.	L	31	SMA	<i>Chef</i>
6.	Abdul Muid	L	34	SMA	<i>Purchasing</i>
7.	Amnisya	P	29	SMA	<i>Waitress</i>
8.	Desi	P	25	SMA	<i>Waitress</i>
9.	Miati	P	29	SMA	Kasir
10.	Haryati	P	29	SMA	<i>Waitress</i>
11.	Bambang	L	30	S1	<i>Waiter</i>
12.	Aceng	L	27	SMA	<i>Waiter</i>
13.	Ucu'	L	26	SMA	<i>Waiter</i>

Tabel 3. Jadwal tenaga kerja Depot Jogja

No.	Nama	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sab
1.	Sumadi	Off	08-14,18-21	08-14,18-21	08-14,18-21	12.00-21.00	12.00-21.00
2.	Winarno	08-14,18-21	Off	12.00-21.00	12.00-21.00	08-14,18-21	08-14,18-21
3.	Sarjono	13.00-21.00	13.00-21.00	07.00-15.00	Off	13.00-21.00	07.00-15.00
4.	Agus E.	13.00-21.00	13.00-21.00	Off	13.00-21.00	07.00-15.00	11.00-21.00
5.	Agus W.	07.00-15.00	07.00-15.00	13.00-21.00	07.00-15.00	Off	13.00-21.00
6.	Abdul Muid	07.00-15.00	07.00-15.00	Off	07.00-15.00	07.00-15.00	07.00-15.00
7.	Amnisya	Off	13.00-21.00	09-14,17-21	08.00-16.00	09-14,17-21	13.00-21.00
8.	Desi	13.00-21.00	Off	13.00-21.00	09-14,17-21	09-14,17-21	12.00-21.00
9.	Miati	09-14,17-21	09-14,17-21	Off	13.00-21.00	13.00-21.00	09-14,17-21
10.	Haryanti	12.00-21.00	09-14,17-21	08.00-16.00	Off	13.00-21.00	13.00-21.00
11.	Bambang	08-12,17-21	08-12,13-17	08-12,16-21	08-12,16-21	Off	08-12,17-21
12.	Aceng	Off	17.00-21.00	17.00-21.00	17.00-21.00	08-13,18-21	17.00-21.00
13.	Ucu'	09.00-17.00	09.00-17.00	09.00-17.00	09.00-17.00	09.00-17.00	09.00-17.00