

ABSTRAK

Nidian Leviana. *Evaluasi Kelayakan Bisnis Restoran Kambing Bakar Cairo Cabang Kopo Sayati Bandung Ditinjau dari Aspek Pemasaran. Dibimbing oleh Agus Sudono, SE., MM. dan Sylvia Meilani, S.Pd., MM.*

Pertumbuhan pada sektor pariwisata di kota Bandung diikuti dengan perkembangan industri kuliner di dalamnya. Saat ini kota Bandung telah dikenal kaya akan keanekaragaman kuliner, sehingga pelayanan makanan dan minuman kini tidak hanya disediakan untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga sebagai pengalaman. Namun hal ini mengakibatkan persaingan yang semakin ketat di dalam industri kuliner sehingga dibutuhkan perencanaan yang matang dalam membangun bisnis di bidang kuliner.

Restoran Kambing Bakar Cairo cabang Kopo Sayati Bandung adalah salah satu restoran yang memiliki keunikan di dalam menu yang dijualnya, sama seperti cabang-cabang lainnya. Namun dari lima cabang yang berdiri di kota Bandung dan Cimahi, cabang Kopo Sayati merupakan cabang dengan penghasilan terkecil sehingga muncul gagasan untuk melakukan evaluasi kelayakan bisnis di restoran tersebut. Berdasarkan hasil angket kepada 50 responden dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan skala *semantic differensial*, menu yang dijual restoran ini ditanggapi positif oleh konsumen dari segi rasa. Namun dalam analisis aspek pasar ditemukan adanya gejala permasalahan serius dimana permintaan di restoran tersebut justru mengalami *trend* penurunan. Dalam analisis aspek pemasaran ditemukan bahwa penyebab permasalahan yang timbul adalah bukan pada produknya, melainkan pada kondisi restoran yang kurang memuaskan bagi para konsumen. Kondisi ini meliputi suasana dan atmosfer restoran yang kurang memberikan kesan eksklusif sehingga tidak seimbang dengan menu yang dijual, ditambah lagi dengan fasilitas dan pelayanan yang kurang lengkap membuat restoran Kambing Bakar Cairo cabang Kopo Sayati Bandung sulit untuk menghadapi persaingan.

Melalui analisis strategi pemasaran, maka dirumuskan strategi yang paling tepat untuk restoran ini adalah dengan menggunakan strategi pertumbuhan integrasi horizontal yang bersifat konsolidasi dan bertujuan defensif. Strategi jangka pendek adalah memperbaiki desain restoran dan segala yang berkaitan dengan fasilitas dan pelayanan. Sedangkan secara keseluruhan, langkah nyata dirumuskan di dalam bauran pemasaran.

Kata kunci : evaluasi kelayakan bisnis, Kambing Bakar Cairo, aspek pemasaran

ABSTRACT

Nidian Leviana. *Business Feasibility Evaluation of Kambing Bakar Cairo Restaurant Branch Kopo Sayati Bandung Viewed from Marketing Aspect. Guided by Agus Sudono, SE., MM. and Sylvia Meilani, S.Pd., MM.*

The growth of the tourism sector in Bandung city followed by the development of the culinary industry in it. Nowadays Bandung city was known for its rich culinary diversity, so the food and beverage services are now provided not only to meet the needs, but also as meal experience. However, this resulted in the increasingly fierce competition in the culinary industry so it is required careful planning to build a business in the culinary field.

Kambing Bakar Cairo restaurant branch Kopo Sayati Bandung is a restaurant that has uniqueness in the menu, as well as other branches. But from five branches that stand in Bandung and Cimahi, branch Kopo Sayati is the branch with the smallest income thus came the idea to evaluate the business feasibility in the restaurant. Based on the results of questionnaires to 50 respondents using non-probability sampling techniques with semantic differential scale, the menus that sold by this restaurant get positive response from customers in the terms of taste. But in the analysis of market aspect, it is found the symptoms of serious issue where the demand of the restaurant sustains a decreasing trend. In the analysis of the marketing aspect was found that the cause of the problems that arise is not from the products, but on the condition of the restaurant that is less satisfactory for the customers. These conditions include the ambiance and atmosphere of the restaurant gives the impression of less exclusive so it is not balance with the menu that it sells. Coupled with the facilities and services that are less complete make Kambing Bakar Cairo branch Kopo Sayati Bandung difficult to face the competition.

Through the analysis of marketing strategy, it is formulated that the most appropriate strategy for this restaurant is to use horizontal integration growth strategy that is aimed at consolidation with defensive goals. Short term strategy is to improve the design of the restaurant and all related with facilities and services. While of all, the real steps are formulated in the marketing mix.

Key words : business feasibility evaluation, Kambing Bakar Cairo, marketing aspect