

**KOMUNIKASI PEMASARAN RUMAH MAKAN PONDOK
PADI DI KOTA SRAGEN**

(Studi deskriptif Kualitatif Komunikasi Pemasaran Rumah Makan
Pondok Padi Dikota Sragen)

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
guna mencapai gelar Sarjana S-1



Oleh :

ADITYA NOOR WIDYA RIDANA
NIM. L. 100 060 028

**PROGDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
SURAKARTA**

2011

SKRIPSI
KOMUNIKASI PEMASARAN RUMAH MAKAN PONDOK PADI DI
KOTA SRAGEN :
(Studi deskriptif Kualitatif Komunikasi Pemasaran Rumah Makan
Pondok Padi Dikota Sragen)

Yang disiapkan dan disusun oleh
ADITYA NOOR WIDYA RIDANA
NIM. L. 100 060 028

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 2011
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat mendapatkan gelar S-1

Susunan Dewan Penguji

1. Drs Ahmad Muhibbin, M.Si
2. Budi Santoso, M.Si
3. Dian Purworini. S,Sos.MM

Surakarta, 2011
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Fakultas Komunikasi dan Informatika
Dekan,

Husni Thamrin, Ph.D.

706

PERNYATAAN

Dengan ini, saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata kelak dikemudian hari terbukti ada ketidak benaran dalam pernyataan saya diatas, maka saya bertanggung jawab sepenuhnya.

Sragen, Oktober 2011

Aditya Noor Widya Ridana

L100060028

MOTTO

Hidup adalah kegelapan jika tanpa hasrat dan keinginan. Dan semua hasrat keinginan adalah buta, jika tidak disertai pengetahuan . Dan pengetahuan adalah hampa jika tidak diikuti pelajaran. Dan setiap pelajaran akan sia-sia jika tidak disertai cinta.

(Khalil Gibran)

Jika sebelum mencoba hal yang baru sudah berkata tidak bisa, maka sampai mati pun manusia itu tidak akan bisa. Tapi jika mencoba hal yang baru gagal maka akan menjadi guru yang teladan.

(Nasehat Lama)

Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.

(Q.S. Ar-Ra'ad:11)

PERSEMBAHAN

KARYA INI KUPERSEMBAHKAN

UNTUK:

- *Bapak dan Ibu ku untuk segala bimbingan, kasih sayang, cinta, doa, dorongan semangat, dan kesabarannya selama ini*
- *Prima, Kakak ku tercinta*
- *Eyang dan simbah tercinta*
- *Rekan-rekan seangkatanku dan almamaterku*

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia, nikmat, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul : *“KOMUNIKASI PEMASARAN RUMAH MAKAN PONDOK PADI DI KOTA SRAGEN* (Studi deskriptif Kualitatif Komunikasi Pemasaran Rumah Makan Pondok Padi Dikota Sragen) dengan baik.

Skripsi ini penulis susun dan ajukan guna memenuhi salah satu syarat akademis untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Pada kesempatan ini penulis ini ingin mengucapkan terima kasih kepada bantuan baik moral maupun material dari berbagai pihak selama penulisan skripsi ini . Semoga Allah SWT membalas segala budi baik, bantuan, dan amalan beliau-beliau :

1. Bpk. Husni Tamrin, Ph.D, selaku dekan FKI UMS.
2. Ibu Rinasari Kusuma. selaku Ketua Jurusan Komunikasi FKI UMS dan selaku Pembimbing Akademik yang selalu memberikan nasehat serta bimbingan selama penulis menempuh kuliah.
3. Bpk. Drs. Ahmad Muhibbin, M.Si. selaku Pembimbing I yang selalu memberikan nasehat serta bimbingan selama penulis menempuh skripsi.
4. Bpk. Budi Santoso, M.Si. selaku Pembimbing II yang selalu memberikan nasehat serta bimbingan selama penulis menempuh skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi atas segala ilmu yang diberikan selama kuliah.

6. Bapak dan Ibuku yang tulus menyayangi, merawat, dan mendoakan ananda sedari kecil, serta untuk dorongan semangat agar skripsi ini segera selesai. Kasih sayang beliau tidak tergantikan.
7. Kakak ku satu- satunya Prima, trimakasih atas dorongan dan motivasinya agar penulisan skripsi ini cepat selesai
8. Bpk. Suyamto selaku pemilik Rumah Makan Pondok Padi Sragen atas segala bantuan dan pemberian data selama penulis melakukan penelitian.
9. Seluruh pegawai Rumah Makan Pondok Padi atas segala bantuan dan informasinya selama penulis melakukan penelitian.
10. Adek-Adek komunikasi angkatan 2007, 2008, 2009, dan 2010 yang telah memberi warna baru dalam hidup saya.
11. Rumah ke 2 ku Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Komisariat Adam malik FKI.
12. Vendi, Debby, Verry PM, sahabat seperjuangan makasih atas kebersamaan kita selama ini dan berjuang bersama bolak-balik ke kampus. Semoga persaudaraan kita kekal.
13. Seluruh teman-teman seperjuangan angkatan 2006 terutama klas A Program Studi Ilmu Komunikasi atas kebersamaan kalian selama ini.
14. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah ikut andil dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan terbuka untuk perbaikan skripsi ini kedepannya. Semoga skripsi ini berguna untuk pengembangan dan penelitian selanjutnya serta bermanfaat bagi para pembaca.

Sragen, Oktober,2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori	8
1. Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	8
2. Pengertian Rumah Makan	21
3. Pengertian Pelayanan	26
4. Lokasi Usaha.....	31
5. Kemajuan Usaha	32
B. Kerangka Pemikiran.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian	38
B. Bentuk dan Strategi Penelitian	38
C. Teknik Sampling	39
D. Teknik Pengumpulan Data	40

	E. Validitas Data.....	41
	F. Analisis Data.....	42
BAB IV	DATA DAN ANALISIS PENELITIAN	
	A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	45
	B. Data Informasi.....	48
	C. Analisis Kegiatan Pemasaran Rumah Makan Pondok Padi Sragen	50
	D. Hubungan Kegiatan Komunikasi Pemasaran dengan Peningkatan Pelanggan.....	58
	E. Upaya Peningkatan Pelanggan RM Pondok Padi Sragen.....	62
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan	68
	B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal.
1 Kerangka Pemikiran.....	44
2 Teknik Pengumpulan Data	48

ABSTRAK

Aditya Noor Widya Ridana. L100060028. KOMUNIKASI PEMASARAN RUMAH MAKAN PONDOK PADI DI KOTA SRAGEN : PERSPEKTIF *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2011.

Perkembangan bisnis rumah makan di wilayah Kabupaten Sragen sangat pesat terbukti banyaknya bermunculan bisnis rumah makan, cafe, warung dan lesehan hal ini menjadi tanda semakin meningkatnya persaingan diantara bisnis tersebut. Oleh karena itu diperlukan usaha untuk mengukur tingkat daya saingnya dipasar. Beberapa parameter yang mempengaruhi daya saing tersebut adalah harga yang kompetitif, lokasi yang mudah dijangkau, kualitas produk makanan yang baik, pelayanan yang ramah serta aktifitas komunikasi pemasaran atau promosi yang intensif yang terangkum dalam *Integrated Marketing Communication* (IMC) diharapkan akan memberikan dampak yang positif kepada bisnis makanan yaitu dengan meningkatnya loyalitas pelanggan yang ditandai dengan frekuensi kunjungan.

Penelitian ini bertujuan adalah untuk mengetahui penerapan komunikasi pemasaran rumah makan Pondok Padi di Kabupaten Sragen dalam perspektif *integrated marketing communication* sehingga mampu meningkatkan jumlah pelanggan melalui komunikasi pemasaran rumah makan Pondok Padi di Kabupaten Sragen.

Pengumpulan data yang dilakukan dengan metode studi lapangan (wawancara dan observasi) dan studi pustaka. Metode analisis data dengan analisis deskriptif kualitatif

Dari analisis dapat disimpulkan bahwa kegiatan komunikasi pemasaran yang efektif sebagaimana pada *Integrated Marketing Communication* (IMC) yang telah digunakan oleh rumah makan Pondok Padi adalah sebagai berikut : (1) Penjualan Tatap Muka (*Personal Selling*), melibatkan komunikasi langsung (*face to face*) antara perusahaan dan konsumen, baik perorangan maupun kelompok, sehingga diperoleh pemahaman mengenai pelayanan dan menu yang diharapkan oleh pelanggan. (2) Periklanan (*advertising*), kegiatan periklanan dilaksanakan melalui cetakan, *outdoor*, radio dan media cetak. Iklan cetakan berupa *brosur*, *pamflet*, dan *flyer* yang berisi tentang keterangan produk (*program event*) yang akan dipromosikan. (3) Promosi penjualan (*Sales Promotion*), kegiatan promosi penjualan yang dilakukan rumah makan Pondok Padi antara lain : *Customer offer* (penawaran khusus kepada konsumen), *community member*, *give aways*, undian, dan *merchandise*. (4) Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*), kegiatan pemasaran langsung yang dilaksanakan dengan *direct mall*, *telemarketing*, dan *sales call*. *Direct mail* dilaksanakan jika ada *Special menu* dan dikirim ke *members*, perusahaan-perusahaan, media *telemarketing* dilakukan dengan cara menelepon *members* untuk menginformasikan menu yang disajikan