

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

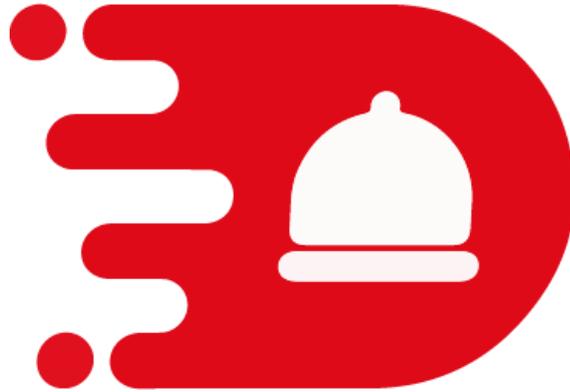
1.1.1 Profil Perusahaan

Ditengah persaingan yang ketat di dalam industry teknologi Food And Beverage, pada tahun 2018 Maresto hadir dari inovasi-inovasi dan pemikiran mahasiswa aktif Telkom university fakultas ilmu terapan yang dimana hasil dari inovasi dan pemikiran tersebut dicoba untuk dilombakan pada PKM (*Pekan Kreativitas Mahasiswa*) dimana pada saat pengajuan PKM tersebut tentunya banyak sekali halangan namun dengan banyaknya perjuangan dan pengorbanan Maresto dapan di ajukan untuk mengikuti PKM dan berhasil mendapat juara sekaligus mendapat hadiah juga bantuan untuk mengembangkan aplikasi maresto menjadi aplikasi yang dikembangkan secara serius bukan hanya sekedar prototype saja hal ini bisa dilihat dari keseriusan parah mahasiswa tersebut yang berhasil membuat aplikasi dan sudah terdapat di dalam playstore.

PT Maresto Inovasi Indonesia sendiri adalah salah satu perusahaan teknologi dari Indonesia yang berada di Jalan Cisit Indah III No.2, Desa/Kelurahan Dago, Kec. Coblong, Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat, Kode Pos: 40135, didirikan dan dikelola oleh alumni Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom yaitu Adnan Imam Hidayat, Khulafaur Rasyidin, Riski Novanda, M.Zein Eryad, Z.A. Syifa'u Jenar. Teknologi yang dirilis oleh PT Maresto Inovasi Indonesia adalah Aplikasi Maresto. Aplikasi Maresto berfokus pada layanan pemesanan digital, pemilik cabang, dan POS (*Point Of Sale*) / kasir via *mobile online*.(Sumber:Data olahan perusahaan 2023)

1.1.2 Logo Perusahaan

Berikut ini merupakan logo dari PT Maresto Inovasi Indonesia



GAMBAR 1. 1 Logo Perusahaan

Sumber: Data Olahan Perusahaan 2023

3. Makna Logo

Bentuk :

1. Arah Kanan menandakan kemajuan.
2. Sisi kiri yang bergelombang menandakan dinamika dan perubahan dalam teknologi.
3. Tudung saji melambangkan industri Food And Beverage.

Arti keseluruhan, kemajuan dalam dinamika teknologi pada industri Food And Beverage.

4. Makna Warna

Warna dalam dunia teknologi yang terus bergerak cepat, warna merah mencerminkan kecepatan perkembangan, ketertarikan, dan antusiasme dalam mengadopsi dan menggunakan teknologi terbaru.

1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

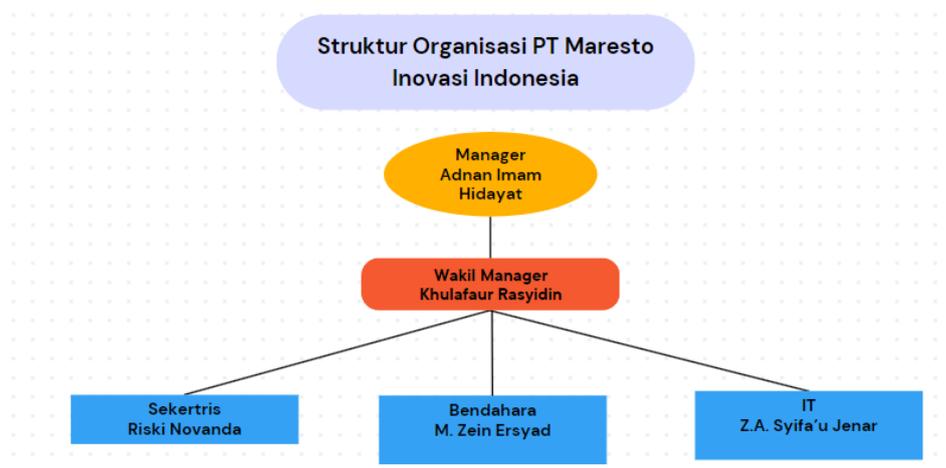
A. Visi

Menjadi Platform Ekosistem Industri F&B Terdepan di Indonesia.

B. Misi

1. Berperan dalam transformasi digital industri F&B di seluruh Indonesia.
2. Menciptakan layanan ekosistem digital yang terjangkau untuk UMKM.
3. Menciptakan pasar terintegrasi dalam ekosistem digital.
4. Bertumbuh bersama mitra dalam memajukan industri F&B di Indonesia.
5. Membawa restoran dalam genggamannya konsumen.

1.1.4 Struktur Organisasi PT Maresto Inovasi Indonesia



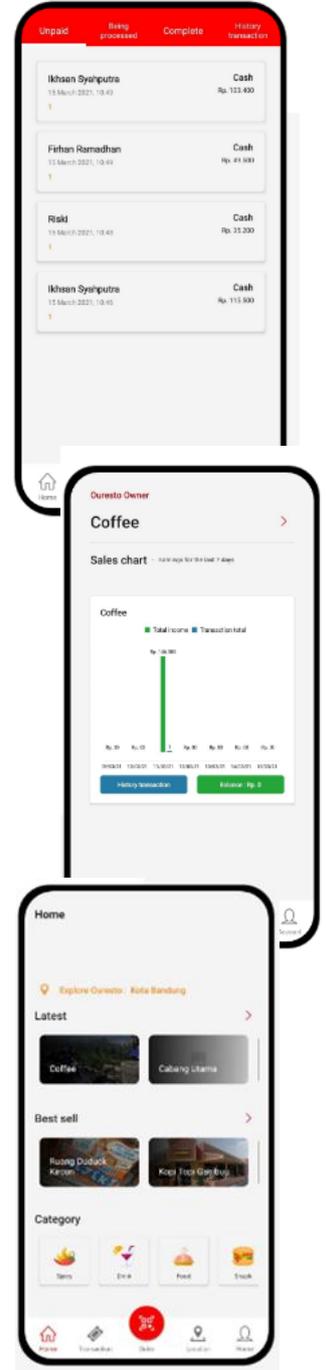
GAMBAR 1. 2 Stuktur Organisasi

Sumber: Data Olahan Perusahaan 2023

1.1.5 Produk Maresto

Aplikasi Maresto memiliki beberapa produk yang diberikan, antara lain :

1. Aplikasi Operasional
 - a. Point of Sales.
Bayar dengan banyak Metode Pembayaran.
Print Nota/Struk belanja.
 - b. Manajemen menu pada restoran.
 - c. Manajemen Transaksi.
 - d. Notifikasi pemesanan dari pelanggan.
 - e. Riwayat Transaksi.
 - f. Manajemen meja/tempat duduk pelanggan di restoran.
 - g. Analisis penjualan.
2. Aplikasi Owner
 - a. Manajemen profile restoran (Trademarks)
 - b. Manajemen Cabang
 - c. Data pelanggan tetap.
 - d. Dashboard (Grafik penjualan dan Analisis umum)
 - e. Manajemen Menu.
 - f. Penarikan dana penjualan (kapanpun).
3. Aplikasi Customer
 - a. Self Order (Pay at Table).
 - b. Explore restoran (Mencari Resto, Kategori Restoran).
 - c. Melihat Menu pada Restoran.
 - d. Pemesanan dan Pembayaran (Tunai, Ovo, Dana, Gopay, Shopeepay, Link Aja, dll).
 - e. Saldo Digital pada aplikasi maresto.
 - f. Notifikasi transaksi pemesanan.

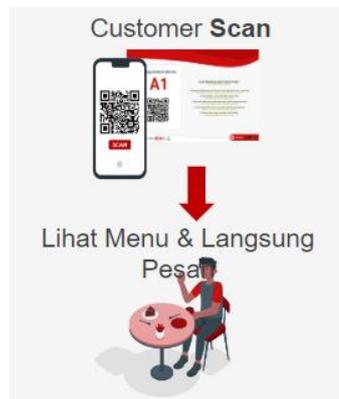


1.1.6 Layanan Aplikasi Maresto

Aplikasi Maresto memiliki beberapa layanan yang diberikan, antara lain :

1. *Self Order (Pay at Table)*

Fitur self-order yang didukung dengan notifikasi sehingga memudahkan operasional restoran/kafe untuk mempermudah pelanggan.

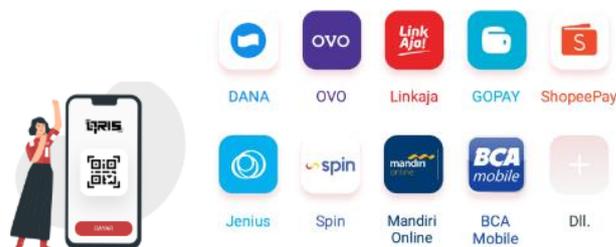


GAMBAR 1. 3 Self Older (Pay at Table)

Sumber:Data Olahan Perusahaan 2023

2. Pembayaran Lengkap (Mendukung pembayaran tunai dan non-tunai)

Metode pembayaran yang lengkap mulai dari pembayaran tunai, QRIS, DANA, OVO, dll. Aplikasi juga memiliki fitur *Print Note/Struk* untuk memudahkan kasir dan operasional



GAMBAR 1. 4 Sistem Pembayaran

Sumber:Data Olahan Perusahaan 2023

3. Point of Sales / POS (Fitur untuk kasir)

Rekapan penjualan yang lengkap, mulai dari data pelanggan yang tercatat untuk dijadikan analisis penjualan oleh owner



GAMBAR 1. 5 Point of Sales /POS (Fitur untuk Kasir)

Sumber:Data Olahan Perusahaan 2023

4. Menu Digital (Menu yang dapat diubah oleh owner)

Menu digital yang bisa diubah dengan efisien mulai dari nama, harga, kategori, dan foto produk. Menu digital bisa dilihat pada aplikasi dan website.



GAMBAR 1. 6 Menu Digital

Sumber:Data Olahan Perusahaan 2023

1.2 Latar Belakang

Bisnis kuliner dan minuman kekinian menjadi tren dimana banyak diburu para kalangan muda. Perkembangan bisnis Food And Beverage di tahun 2022 mempunyai respon positif dan kembali bergairah setelah mengalami keredupan di masa pandemi. Industri makanan dan minuman tetap tumbuh meskipun dihadang pandemi covid-19. Pertumbuhannya mencapai 3,68% pada kuartal II 2022, naik dari periode yang sama tahun 2021 sebesar 2,95%. (Sumber : <https://intacsindo.com/>).

Kontribusi industri makanan dan minuman terhadap PDB hingga kuartal II 2022 mencapai 38,38%, yang paling besar dibandingkan produk manufaktur lainnya. Di sisi lain, surplus perdagangan di sektor makanan dan minuman sepanjang Januari-September 2022 mencapai US\$23,23 miliar. Investasi di sektor tersebut pada kuartal II 2022 mencapai Rp41,37 triliun, dengan Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) mencapai Rp23,36 triliun, melampaui Penanaman Modal Asing (PMA) sebesar US\$1,23 miliar. (Sumber : <https://intacsindo.com/>).

Memulai usaha di bidang Food and Beverage dapat menjadi salah satu ide yang tidak akan pernah ada matinya sebab setiap hari semua orang membutuhkan makan dan minum. Penerapan strategi baik dapat menjadikan bisnis Anda unggul dari lainnya. Tren usaha bidang Food And Beverage dapat dilihat dengan menjamurnya coffee shop atau café, restoran, stand makanan dan minuman kekinian, serta masih banyak lagi dimana mudah ditemukan di kota-kota besar sampai daerah-daerah.

Oleh karena itu dibutuhkannya system POS untuk mempermudah pelaku usaha Food And Beverage di Indonesia, Point of Sales(POS) dapat diartikan sebagai tempat atau titik dimana penjual dan pembeli melakukan transaksi. Pada awalnya POS digunakan oleh penjual untuk memudahkan dalam pencatatan transaksi jual beli seperti mencetak struk belanja, menyimpan uang. Seiring

dengan perkembangan jaman, fungsi dari sistem POS tidak hanya untuk pendataan transaksi saja tetapi dengan sistem ini kita dapat :

- a. Membuat laporan penjualan dan pembelian
- b. Melihat barang yang cepat terjual (*fast moving*) dan yang lambat terjual(*slow moving*)
- c. Menyimpan data pembeli
- d. Menyimpan data barang
- e. Menghitung untung rugi dan Menghitung stok barang.

Cara Kerja Point of Sales



GAMBAR 1. 7 Cara Kerja Sistem POS

Sumber: Squareup.com

Namun penjualan system POS Ini perlu dikembangna dari strategi pemasarannya karena banyak sekali kompetior yang bermain di industry system teknologi POS untuk Food And Beverage ini dan Pemasaran merupakan salah satu aspek yang sangat penting bagi setiap perusahaan dalam mencapai tujuan bisnisnya. Dalam dunia bisnis yang kompetitif saat ini, perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang efektif agar dapat membedakan dirinya dari pesaing dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan baik. Salah satu pendekatan yang digunakan dalam merumuskan strategi pemasaran adalah dengan menganalisis bauran pemasaran.

Bauran pemasaran atau yang juga dikenal dengan istilah "*marketing mix*" Menurut *Kotler dan Armstrong (2019:58)* unsur atau elemen bauran pemasaran terdiri dari “harga (price), produk (product), tempat (place), dan promosi

(promotion)”. diperhatikan, diperoleh, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan”, menurut *Kotler dan Armstrong (2019; 266)*.

Perusahaan Maresto dipilih sebagai objek penelitian karena pentingnya memahami strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan tersebut. Perusahaan Maresto memiliki posisi yang signifikan di dalam industri di mana ia beroperasi dan menghadapi persaingan yang ketat. Oleh karena itu, analisis bauran pemasaran pada Perusahaan Maresto dapat memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana perusahaan tersebut memanfaatkan elemen-elemen pemasaran untuk mencapai keunggulan kompetitif.

Melalui analisis bauran pemasaran pada Perusahaan Maresto, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan. Dalam analisis ini, akan dianalisis masing-masing elemen bauran pemasaran, yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi, serta hubungan antara elemen-elemen tersebut.

Dengan pemahaman yang lebih baik tentang bauran pemasaran Perusahaan Maresto, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi dan masukan yang berharga bagi perusahaan dalam meningkatkan efektivitas strategi pemasaran mereka. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman umum tentang pentingnya bauran pemasaran dalam meraih keunggulan kompetitif di pasar yang semakin kompleks dan dinamis.

Dengan latar belakang ini, penelitian tentang analisis bauran pemasaran pada Perusahaan Maresto diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan dan memberikan wawasan yang berharga bagi praktisi pemasaran dan pengambil keputusan bisnis lainnya.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Pelaksanaan bauran pemasaran yang dilakukan oleh PT. Maresto Inovasi Indonesia Tahun 2023 ?
2. Bagaimana efektifitas penggunaan strategi bauran pemasaran 7P bagi PT. Maresto Inovasi Indonesia Tahun 2023 ?

Rumusan masalah tersebut bertujuan untuk menganalisis dan memahami pengaruh setiap elemen bauran pemasaran Perusahaan Maresto terhadap perilaku konsumen, persepsi pelanggan, serta keterkaitan dan ketergantungan antara elemen-elemen tersebut. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat meningkatkan efektivitas strategi pemasaran perusahaan dalam mencapai keunggulan kompetitif.

Dalam mengembangkan rumusan masalah yang spesifik, perlu mempertimbangkan informasi yang lebih rinci tentang Perusahaan Maresto, lingkungan industri di mana perusahaan beroperasi, serta isu-isu dan tren terkini dalam strategi pemasaran. Selain itu, pastikan rumusan masalah ini relevan dengan tujuan penelitian dan dapat dijawab melalui pengumpulan dan analisis data yang sesuai.

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk Mengetahui Analisis bauran pemasaran yang ada di PT. Maresto Inovasi Indonesia Tahun 2023

1. Menganalisis strategi produk Perusahaan Maresto dan mengevaluasi dampaknya terhadap persepsi pelanggan terhadap produk tersebut.
2. Menganalisis hubungan antara elemen-elemen bauran pemasaran (produk, harga, promosi, dan distribusi) di Perusahaan Maresto untuk memahami keterkaitan dan kontribusinya terhadap kesuksesan pemasaran.
3. Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan strategi pemasaran Perusahaan Maresto berdasarkan analisis bauran pemasaran.

4. Memberikan rekomendasi perbaikan atau pengembangan strategi pemasaran yang dapat membantu Perusahaan Maresto meningkatkan efektivitas bauran pemasaran dan mencapai keunggulan kompetitif.

Tujuan penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Perusahaan Maresto melalui perspektif bauran pemasaran. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan wawasan dan pemahaman yang lebih baik tentang cara Perusahaan Maresto dapat memanfaatkan setiap elemen pemasaran untuk mencapai tujuan bisnisnya. Rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian ini diharapkan dapat membantu Perusahaan Maresto dalam meningkatkan efektivitas strategi pemasaran mereka, mengoptimalkan pengalaman pelanggan, dan memperoleh keunggulan kompetitif di pasar.

1.5 Batasan Penelitian

Adapun batasan penelitian ini adalah :

1. Variabel dalam penelitian ini adalah analisis bauran pemasaran.
2. Objek dalam penelitian ini adalah PT. Maresto Inovasi Indonesia Tahun 2023
3. Jangka waktu penelitian 6 bulan (Februari-Agustus 2023).

1.6 Kegunaan Penelitian

1. Bagi Penelitian

Merupakan kesempatan untuk belajar secara langsung dari lapangan serta penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam akan ilmu dan teori-teori yang telah dipelajari selama masa perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan bagi perusahaan berkaitan dengan strategi pemasaran dan dapat pula

dijadikan tambahan informasi ataupun bahan evaluasi perusahaan ke depan untuk mengambil keputusan.

3. Bagi Institusi

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan referensi untuk mengembangkan dan memperkaya khasan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang pemasaran serta dapat menjadi bahan pertimbangan berbandingan dan penyempurnaan bagi peneliti yang akan dilakukan selanjutnya.

1.7 Sistematika Penulisan Laporan Akhir

Sistematika penulisan Laporan Tugas Akhir ini disusun berdasarkan bab demi bab yang dapat diuraikan sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

b. BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan ruang lingkup penelitian.

c. METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, tahapan penelitian, situasi sosial, sampel, dan pengumpulan data.

d. BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini meliputi karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

BAB ini menguraikan kesimpulan dan saran yang merupakan penyajian singkat dari keseluruhan hasil penelitian yang diperoleh.