

**MENGATUR ULANG STRATEGI PEMASARAN
RESTORAN DAN WARUNG MAKAN SETELAH
PEMBERLAKUAN SISTEM SATU ARAH
JALAN DI KOTA SEMARANG**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh :

ADITYA JATI ISTANTO

12010113120098

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2017

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Aditya Jati Istanto

Nomor Induk Mahasiswa : 12010113120098

Fakultas / Departemen : Fakultas Ekonomika dan Bisnis / Manajemen

Judul Skripsi : **MENGATUR ULANG STRATEGI PEMASARAN RESTORAN DAN WARUNG MAKAN SETELAH PEMBERLAKUAN SISTEM SATU ARAH JALAN DI KOTA SEMARANG**

Dosen Pembimbing : Rizal Hari Magnadi, SE, M.M.,

Semarang, 29 Juli 2017

Dosen Pembimbing,

(Rizal Hari Magnadi, SE, M.M.,)

NIP 198404302009121006

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Aditya Jati Istanto
Nomor Induk Mahasiswa : 12010113120098
Fakultas / Departemen : Fakultas Ekonomika dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi : **MENGATUR ULANG STRATEGI
PEMASARAN RESTORAN DAN
WARUNG MAKAN SETELAH
PEMBERLAKUAN SISTEM SATU
ARAH JALAN DI KOTA SEMARANG**

Telah Dinyatakan lulus ujian pada tanggal 9 Agustus 2017

Tim Penguji

1. Rizal Hari Magnadi, S. E., M.M., (.....)
2. Drs. Suryono Budi Santoso, M.M., (.....)
3. Dr. Farida Indriani, SE, M.M., (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, Aditya Jati Istanto, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **MENGATUR ULANG STRATEGI PEMASARAN RESTORAN DAN WARUNG MAKAN SETELAH PEMBERLAKUAN SISTEM SATU ARAH JALAN DI KOTA SEMARANG**, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-oleh sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 29 Juli 2017
Yang membuat pernyataan,

(Aditya Jati Istanto)
NIM 12010113120098

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Dengan nama Allah Yang Maha Pemurah Lagi Maha Penyayang”

Al-Fatihah : 1

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmu lah engkau berharap.”

Q.S. Al-Insyirah : 6-8

Skripsi ini saya persembahkan untuk :
Orang tua tercinta Bapak Jawawi dan Ibu Misri Atmini, dan kakak tercinta
Dian Ika Nugraha. Kalian merupakan anugerah yang terindah
dari Allah SWT yang dititipkan kepadaku

ABSTRACT

This study aims to examine how marketing strategies in restaurant toward change the business environment is one-way street system in the city of Semarang. This study analyses the marketing strategy, by looking at the marketing performance by restaurants.

This study use qualitative research with case study approach uses data collection method through semi-structured interview and observation in interview process involving 10 owner or manager of restaurant as interview respondent. Purposive sampling researchers choose respondents who are considered in accordance with research purposes.

Based on the results of this study, responding to changes in the business environment to measure the performance marketing of restaurant using active encouragement of customer comments and complaints, access, support facilities, financial positioning, ease of view, customer behaviour, brand equity, monitoring of competitors' marketing activities, Market, competitive advantage. Restaurants traditional include access, support facilities, financial position of customer behaviour, ease of view, monitoring of competitors' marketing activities, collecting regular marketing plans and market position. Marketing strategy to deal with environmental changes with promotion, adjusting to consumer behaviour, improving service, improving internal performance, adding support facilities and this strategy is greatly helped by social media in marketing communications.

Keywords : Marketing Strategy, Marketing Performance, Restaurant

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan restoran dan Warung Makan terhadap perubahan lingkungan bisnis yaitu perda sistem satu arah jalan di Kota Semarang. Penelitian ini menganalisis strategi pemasaran, dengan melihat penilaian kinerja pemasaran yang dilakukan restoran dan Warung Makan.

Penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus ini menggunakan metode pengumpulan data melalui wawancara semi terstruktur dan observasi. Proses wawancara melibatkan 10 pemilik atau pun pengelola restoran dan Warung Makan yang menjadi responden wawancara. *Purposive sampling* peneliti memilih responden yang dianggap sesuai dengan tujuan penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian ini, menanggapi perubahan lingkungan bisnis untuk mengukur kinerja pemasaran restoran menggunakan dorongan aktif komentar dan keluhan pelanggan, akses, fasilitas pendukung, posisi keuangan, kemudahan untuk dilihat, perilaku pelanggan, brand equity, memantau aktivitas pemasaran pesaing, mengumpulkan rencana reguler, posisi pasar, keunggulan bersaing. Sedangkan Warung Makan meliputi akses, fasilitas pendukung, posisi keuangan perilaku pelanggan, kemudahan untuk dilihat, memantau aktivitas pemasaran pesaing, mengumpulkan rencana pemasaran reguler dan posisi pasar. Strategi pemasaran untuk menghadapi perubahan lingkungan dengan promosi, menyesuaikan dengan perilaku konsumen, meningkatkan pelayanan, memperbaiki kinerja internal, menambah fasilitas pendukung dan strategi ini sangat terbantu dengan media sosial dalam komunikasi pemasaran.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Kinerja Pemasaran, Restoran

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Alloh SWT atas karunia, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan berjudul : Mengatur Ulang Strategi Pemasaran Restoran dan Warung Makan Setelah Pemberlakuan Sistem Satu Arah Jalan Di Kota Semarang. Skripsi ini disusun bertujuan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program S1 pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Selesainya skripsi ini penulis sadari tidak lepas dari peran dan bantuan dari berbagai pihak yang terus memberikan motivasi, dorongan, bimbingan, serta kritik dan saran kepada penulis. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tuaku tercinta Bapak Jawawi dan Ibu Misri Atmini, serta kakak Dian Ika Nugraha terima kasih atas doa dukungan dan cinta kasih yang diberikan tiada hentinya.
2. Bapak Dr. Suharnomo, M. Si., selaku dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
3. Bapak Harjum Muharam, S.E., M.E., selaku ketua departemen manajemen.
4. Ibu Dr. Farida Indriani, S.E., M.M., selaku dosen wali yang mengarahkan, membimbing dan mejadi orang tua kedua selama masa studi.
5. Bapak Rizal Hari Magnadi, S.E., M.M.,, selaku dosen pembimbing yang memberikan bimbingan, waktu, perhatian, dan saran.

6. Segenap dosen dan staf Fakultas Ekonomika dan Bisnis Undip atas ilmu dan bantuan selama peneliti menjalani perkuliahan.
7. Pemilik dan pengelola restoran dan Warung Makan Super Peyet Resto, Warung Makan Prasamanan 47 Veteran, Nasi Goreng Babat Pak Karmin, Warung Makan Tahu Gimbal Pak Edy, Warung Makan Ayam Goreng Kalasa, Weung Makan Mas JO, Warung Sosmet, Warung Upnormal, Rocket Chicken, dan Waroeng Steak and Shake yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian dan mendukung penelitian ini.
8. Sahabat terdekat Satrio B. H, Dwi Kusuma R, Burhanudin A, Eva Riski, Dea Gustina, Fitiria SW yang menjadi sahabat susah senang bersama selama kuliah, serta Tri Purwaningsih yang membantu penelitian dan mendukung untuk selalu mengejar cita-cita masa depan.
9. Teman-teman manajemen angkatan 2013 menjadi angkatan yang solid dan kompak.
10. Semua pihak yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendukung sehingga skripsi ini dapat selesai.

Semarang, 29 Juli 2017

Penulis,

Aditya Jati Istanto

NIM 12010113120098

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Research Gap.....	10
1.4 Rumusan Masalah	11
1.5 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	12
1.6 Sistematika Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Pengertian Restoran dan Warung Makan.....	15
2.1.2 Pemasaran	15
2.1.3 Kinerja Pemasaran	18
2.1.4 Mengukur Kinerja Pemasaran.....	19
2.1.5 Customer Focus.....	22
2.1.6 Competitor Focus.....	24
2.1.7 Strategi Pemasaran.....	26
2.1.8 Lokasi Bisnis (<i>place</i>).....	28
2.3 Penelitian Terdahulu.....	31
2.4 Kerangka Pemikiran.....	37

BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Paradigma Penelitian.....	38
3.1.1 Kerangka Penafsiran	38
3.1.2 Definisi penelitian kualitatif.....	38
3.1.3 Desain Deskriptif Kualitatif	39
3.1.4 Pendekatan penelitian Studi Kasus	39
3.2 Fokus Penelitian	40
3.3 Peran Peneliti.....	41
3.4 Populasi dan Sampel	41
3.4.1 Populasi.....	41
3.4.2 Sampel.....	41
3.5 Jenis dan Sumber Data	42
3.6 Metode Pengumpulan Data	43
3.7 Instrumen Penelitian.....	45
3.8 Metode Analisis Data	45
3.9 Pengujian Kredibilitas Data.....	47
3.9.1 Triangulasi Data.....	48
3.9.2 Deskripsi yang tabal dan kaya.....	48
3.9.3 Transkrip wawancara	48
3.9.4 Dokumentasi Foto	49
3.9.5 Alat perekaman audio wawancara.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	50
4.2 Gambaran Umum Responden.....	54
4.3 Analisis Data	62
4.3.1 Kinerja Pemasaran	62
4.3.1.1 Pemasaran yang berfokus pada pelanggan.....	62
4.3.1.2 Pemasaran yang berfokus pada pesaing	69
4.3.2 Strategi pemasaran	75
4.4 Ringkasan dan Pembahasan Penelitian	83
BAB V PENUTUP	88
5.1 Kesimpulan Penelitian.....	88
5.2 Keterbatasan	90
5.3 Saran.....	90

5.4	Agenda Penelitian Selanjutnya.....	91
	DAFTAR PUSTAKA	92
	Lampiran	95

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 4. 1 Daftar Partisipan Responden Penelitian	55
Tabel 4. 2 Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4. 3 Komposisi Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4. 4 Komposisi Responden Berdasarkan Lokasi Bisnis	60
Tabel 4. 5 Komposisi Responden Berdasarkan Lama Bisnis Berdiri	61
Tabel 4. 6 Alat Ukur Kinerja Pemasaran Restoran dan Warung Makan.....	86

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Peta Jalur Sistem Satu Arah (SSA) Kota Semarang	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	37

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A : Lembar Persetujuan Untuk Berpartisipasi dalam Penelitian.....	95
Lampiran B : Dokumentasi Penelitian.....	96
Lampiran C : Validasi Hasil Wawancara.....	98

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kota Semarang merupakan ibu kota Jawa Tengah dan salah satu kota metropolitan sesudah Jakarta. Kota yang mengalami pertumbuhan yang pesat dibandingkan kota-kota di sekitarnya ditandai dengan mulai banyak berdiri bangunan tinggi selain itu juga perbaikan dan penataan jalan raya guna mendukung kelancaran aktivitas masyarakat terutama Kota Semarang. Akan tetapi pesatnya jumlah penduduk dan kepemilikan kendaraan pribadi yang semakin pesat pula sehingga tidak dapat menampung kendaraan yang melintasi jalan-jalan kota Semarang. Ditambah lagi pada jam-jam sibuk kantor dan sekolah dapat dipastikan terjadi kemacetan di titik-titik tertentu.

Berbagai upaya dalam usaha mengatasi kemacetan dan kepadatan kendaraan di jalan dilakukan pemerintah kota Semarang. Pelebaran jalan bisa jadi salah satu usaha untuk mengatasi kemacetan. Akan tetapi, hal ini sulit dilakukan untuk Kota Semarang dikarenakan di sepanjang jalan sudah banyak bangunan didirikan yang dekat dengan jalan. Apabila dilakukan pelebaran jalan akan banyak melakukan penertiban dan memerlukan banyak biaya dalam pembuatannya. Dan satu lagi yang mungkin dilakukan sebagai alternatif adalah dengan rekayasa arus jalan. Rekayasa arus lalu lintas ini tidak memerlukan melebarkan jalan hanya saja merubah rute arah yang sebelumnya dipakai guna mengatasi masalah yang ada. Alternatif itu dirasa perlu, apalagi kemacetan yang terjadi di jalur tempat-tempat strategis seperti pusat

aktivitas pemerintahan, kantor, sekolah, serta ekonomi dan bisnis yang akan mengganggu aktivitas mereka.

Kemudahan dan lancarnya jalan di Kota Semarang merupakan tujuan dari rekayasa lalu lintas ini. Akan tetapi, bagaimana dari sudut ekonomi di sekitar jalan sistem satu arah? kebijakan ini juga berdampak pada pelaku bisnis disekitarnya yang harus menyesuaikan diri dengan kebijakan. Mereka harus mengatur ulang strategi bisnis mereka terutama dalam pemasaran dan tempat bisnisnya. Tempat atau lokasi usaha merupakan salah satu strategi pemasaran yang perlu diperhatikan dalam berbisnis.

Tempat memiliki peranan yang berpengaruh terhadap kelancaran bisnis. Dari konsep 4P dalam *marketing mix* atau bauran pemasaran oleh McCarthy (1996) dan Kotler (1987) menjelaskan ada 4p (Price, promotion, product, dan place), mereka juga menaruh perhatian dalam menentukan tempat atau distribusi. Tempat yang strategis yang baik akan memberikan keuntungan yang lebih dalam mendistribusikan produk barang atau jasa kepada konsumen secara efektif dan efisien. Salah satunya adalah jalan lalu lintas yang lancar tidak terjadi kemacetan akan mendorong kegiatan bisnis lebih baik. Tempat yang strategis memudahkan juga bagi konsumen untuk datang dan pergi ke lokasi bisnis. Tempat dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk mendatangi lokasi bisnis.

Untuk membuat arus lalu lintas yang lancar dan mengurai kemacetan yang ada di Kota Semarang, sejumlah ruas jalan protokol akan diubah yang tadinya jalan bisa dilakukan dua arah akan dibuat sistem satu arah (SSA) dimulai per 1 Januari 2017. Kebijakan ini diambil untuk mengurai kemacetan yang terjadi di beberapa

jalan protocol di Kota Semarang. Kebijakan ini didukung pula oleh Kasat lantas Polrestabes Semarang, dilihat dari pernyataannya dalam portal berita (www.berita.suaramerdeka.com) bahwa :

Kasat lantas Polrestabes Semarang AKBP Catur Gatot Effendi volume jalan protocol tidak mungkin lagi dilebarkan secara optimal, sudah banyak pemukiman di kiri-kanan jalan. Salah satu langkah terbaik dengan rekayasa lalu lintas, seperti mengubah jalur menjadi satu arah. Harapannya dengan sistem satu arah walaupun masih mungkin tersendat akan tetapi tidak dua arah akan lebih berpotensi macetnya.

Gambar 1. 1



Sumber : www.berita.suaramerdeka.com

Rekayasa lalu lintas sistem satu arah akan dimulai dari Jalan MT Haryono dan Jalan Menteri Supeno per 1 Januari 2017. Jalan MT Haryono akan dimulai

searah mulai dari depan SMA Sedes, menuju arah utara sampai perempatan lampu merah bangkong. Dilakukan sistem satu arah pada Jalan MT Haryono ini dikarenakan pada jam-jam sibuk dapat dipastikan terjadi kemacetan seperti pada jam berangkat dan pulang sekolah SMA Sedes.

Di waktu jam berangkat sekolah depan jalan akan banyak mobil yang mengantar murid-murid SMA Sedes parkir sambil menurunkan mereka walaupun hanya sebentar akan tetapi orang tua yang mengantar anaknya juga banyak. Terus, Ketika orang tua murid-murid SMA Sedes menjemput dan tentunya terparkir untuk menunggu atau menurunkan murid-murid. Ditambah lagi terdapat lampu lalu lintas di perempatan bangkong, ketika kendaraan sedang menunggu lampu lalu lintas untuk mulai jalan kembali akan mengular panjang bahkan sampai SMA Sedes. Berkurangnya kendaraan dari arah perempatan bangkong menuju SMA Sedes diharapkan mengurangi kemacetan.

Sedangkan, jalan Menteri Supeno dibuat memutar, kendaraan dari arah Menteri Supeno tidak bisa lagi jalan lurus ke jalan Pahlawan, namun harus memutar belok kiri lewat depan SMA Negeri 1 Semarang baru bisa belok ke kanan ke arah Jalan Pahlawan atau memutar ke taman KB. (www.metrosemarang.com) Sehingga setelah berlakunya sistem satu arah tidak bisa lagi berjalan dari jalan Pahlawan ke arah Rumah Sakit Karyadi langsung harus memutar lewat jalan lain karena sistem satu arahnya menuju ke Jalan Pahlawan.

Selanjutnya kebijakan sistem satu arah akan berlaku lagi mulai bulan Februari 2017. Masing-masing Jalan Imam Bonjol, Jalan Pemuda, Jalan MH Thamrin, Jalan Gajah Mada, dan Jalan Veteran, jalan ini akan dimulai satu arah bulan Februari

2017. Jalan Imam Bonjol diperlakukan satu arah dari Tugu Muda menuju perempatan bangjo Pierre Tendean. Selanjutnya Jalan Pemuda dari Mal Paragon satu arah sampai Tugu Muda. Jalan MH Thamrin dari Jalan Pemuda hingga menuju arah ke Jalan Pandanaran juga diberlakukan satu arah. Jalan Gajah Mada menjadi satu arah dari Simpang lima ke Gendingan. Dan Jalan Veteran satu arah dari Mapolda Jateng ke RSUP Kariadi. (www.jateng.tribunnews.com)

Disisi lain dalam mengatasi kemacetan dan transportasi “Walikota Semarang, Bapak Hendra Prihadi mendapatkan penghargaan Wahana Tata Nugraha dari Kementerian Perhubungan Republik Indonesia. Penghargaan diberikan kepada Kota Semarang dinilai mampu mengelola transportasi khususnya angkutan BUS Rapid Transit (BRT) dengan baik dan memiliki inovasi dalam mengatasi kemacetan lalu lintas.” (www.semarangkota.go.id) Salah satu inovasi yang dilakukan ditahun 2017 dengan melakukan rekayasa lalu lintas dengan membuat sistem satu arah pada jalan protokol yang sering terjadi kemacetan. Akan tetapi bagaimana dampak pengaruh yang ditimbulkan dari rekayasa lalu lintas sistem satu arah terhadap pertumbuhan ekonomi pada lokasi bisnis atau usaha terutama pebisnis makanan seperti restoran dan Warung Makan yang berada di sepanjang jalan yang mengalami perubahan menjadi satu arah.

Penerapan sistem satu arah ini mendapat tanggapan dan menuai pro dan kontra dari berbagai pihak. Ada terdapat pihak yang tidak mendukung dan melakukan protes dari Asosiasi Pengusaha Retail Indonesia (Aprindo) Jawa Tengah. Ketua Aprindo Jateng menyampaikan dalam berita (www.jateng.tribunnews.com) mengatakan bahwa

Ketua Aprindo Jateng, Budi Hendojo Soeseno meminta kepada Pemkot Semarang mengkaji ulang penerapan jalan searah, terutama yang melintasi kawasan bisnis dan ekonomi. Bisnis bertumbuh sangat bergantung dengan banyaknya jumlah konsumen yang datang.

Dengan adanya rekayasa sistem satu arah yang melewati lokasi bisnis, akan mempengaruhi konsumen dari pelaku bisnis yang ada disekitar jalan yang mengalami sistem satu arah, pertumbuhan bisnis dirasa menjadi terhambat karena konsumen menjadi terkendala dalam akses jalan menuju dan meninggalkan lokasi bisnis. Sedangkan sebelum diberlakukannya sistem satu arah konsumen lebih fleksibel untuk datang ke lokasi usaha dilihat dari perkataan Ketua Aprindo Jateng.

Perkataan Ketua Aprindo Jateng juga beralasan, dilihat dari jalan yang mengalami perubahan sistem menjadi satu arah ternyata melalui banyak pelaku bisnis seperti bengkel, restoran, Warung Makan, toko ritel, dan banyak lagi. Dari pra survey yang dilakukan peneliti dihasilkan 80 persen pelaku bisnis mengatakan terdapat pengaruh penurunan teradap konsumen dan omzet sedangkan 20 persen mengatakan tidak pengaruh dan masih mengamati perubahan lingkungan.

Perubahan jalan ini dirasakan juga oleh beberapa pelaku bisnis terutama pada berkurangnya jumlah konsumen yang mengakibatkan omzet mereka menurun. Seperti yang dikatakan Mujiono, Warung Kedai Makan 5758 *“Pengaruh sih mas pelanggan berkurang semua merasakan sih mas”, “Penurunannya ya 60 persen ditambah lagi ini musim hujan mas, omzet juga otomatis turun.”*. Selain itu juga Pengelola Optik Pandanaran merasakan hal yang sama *“Pelanggan agak sepi, ini menurun dibanding cabang yang lain, lebih rame yang dua arah. Satu arah lebih enak untuk parkir jadi lebih luas.”*

Dari pelaku bisnis lain seperti Bengkel Togox's di Jalan Indra Prasta mengalami penurunan konsumen *“Berkurang konsumen kita, misalkan mobil rusak dari arah johan bisa langsung ke sini yang tadinya bisa dua jalur, nyampe sini apa ndak tambah jebol [karena harus muter]. Memang satu jalur itu, rugi. Kakak saya dulu punya toko Marwa, dulu pas dua arah rame, sekarang sepi.”* Berbeda halnya yang disampaikan pemilik Bazillia Café and Dine, *“Konsumen yang dating ke sini kan tidak menentu fluktuatif jadi pengaruhnya ke kita ya belum bias dilihat biasa aja, masih di amati perkembangannya.”*

Dari beberapa jalan yang mengalami perubahan Sistem Satu Arah di pilih lima jalan yang mewakili jalan lain karena ditentukan berdasarkan waktu penerapan Sistem Satu Arah yang lebih awal, jumlah pelaku bisnis, dan Jumlah restoran dan warung makan yang banyak. Pelaku bisnis disekitar jalan protocol kota Semarang ternyata secara mayoritas terdapat banyak restoran dan warung makan. Hanya restoran dan warung makan yang memiliki segmentasi konsumen tertentu dan mayoritas pada jalan tersebut, selain itu dibedakan berdasarkan restoran dikelola dengan professional sedangkan warung makan dikelola secara sederhana.

Jalan Menteri Supeno berdampak pada pelaku bisnis disekitarnya terutama yang bergerak dibidang makanan seperti restoran dan Warung Makan, jumlah konsumen yang datang ke warung-warung di sekitar Jalan Menteri Supeno mengalami perubahan sikap akibat peraturan sistem satu arah. Salah satu dari mereka pelaku bisnis makanan mengalami penurunan mencapai sebesar 80% dari bulan sebelumnya. Dalam wawancara dengan Bapak Martin, pemilik “Warunk Upnormal” salah satu pelaku bisnis makanan di jalan Menteri Supeno mengatakan

“sebenarnya pengaruh sih pengaruh banget dan signifikan pas jadi oneway memang dampaknya agak nurun juga sih untuk segi market di daerah sini, menurun sekitar 80%.”

Sementara di jalan MH Thamrin pedagang mengalami pengurangan konsumen dibandingkan dengan sebelum adanya sistem satu arah. Pedagang mengatakan bahwa awal diterapkan sistem satu arah di Jalan MH Thamrin omzet yang didapat selama dua minggu mengalami penurunan ibu Ani pemilik Warung makan Nasi Goreng Babat Pak Karmin cabang Mberog *“Kemarin waktu pertama jadi satu jalur kan dua minggu pertama cukup berkurang sih omzetnya.”*

Hasil wawancara dengan sebagian pedagang untuk mengatasi berkurangnya pemasukan dan jumlah pembeli mereka memasarkan juga dengan media sosial melalui facebook twitter dan BBM serta bekerja sama dengan jasa antar seperti *gojek*, serta memanfaatkan jaringan internet berupa google untuk bisnis. Salah satunya Bapak Ani, telah memanfaatkan google maps untuk memudahkan pelanggan dalam mencari tempat Nasi Goreng Babatnya untuk ditemukan, serta sebelum peneliti datang telah diulas oleh google untuk meningkatkan informasi bisnis di google maps. *“Tadi hari ini ada kunjungan dari google bisnis ku jadi mereka melengkapi data-data di google melengkapi data seperti email, password yang saya daftarkan di google.”*

Konsumen ketika mencari tempat apabila tempat tujuan sudah terlewati maka konsumen harus berputar mencari arah jalan lain untuk bisa kembali. Akses yang satu arah dari peraturan pemerintah guna mengurai kemacetan. Perlu adanya strategi pemasaran yang tepat terutama terhadap perubahan pada pemasaran guna

menarik konsumen serta perubahan pada strategi tempat yang perlu dirubah untuk menyesuaikan perubahan arus lalu lintas agar lebih memudahkan konsumen.

Mengatur strategi pemasaran dirasa perlu dilakukan untuk menanggapi perubahan lingkungan bisnis yang terjadi terutama melalui pemasaran. Menurut Supriyono (1996) dalam menyusun strategi perlu dihubungkan dengan lingkungan perusahaan saat ini, maupun masa depan karena lingkungan menentukan kekuatan dan kelemahan perusahaan. perubahan lingkungan seperti peraturan daerah tentang jalan sistem satu arah yang baru perlu adanya tanggapan dari pelaku bisnis.

Melihat kinerja pemasaran restoran dan Warung Makan bisa menjadi salah satu cara untuk mengatur strategi perusahaan, dari hasil penilaian kinerja pemasaran akan mendapatkan keputusan strategi pemasaran yang tepat guna menanggapi perubahan lingkungan bisnis. Setiap bisnis memiliki pengukuran kinerja pemasaran masing-masing seperti yang dikatakan Frosen, J., dkk (2012) bahwa setiap perusahaan perlu menemukan sistem pengukuran kinerja pemasaran masing-masing yang paling sesuai dengan konteks perusahaan dan pasar mereka.

Kemudahan dan fleksibilitas konsumen untuk datang ke suatu tempat dan pergi dari suatu tempat lokasi bisnis dapat mempengaruhi aktivitas bisnis. Beberapa faktor lokasi bisnis yang bisa dipertimbangkan dalam mengatur tempat bisnis mereka. Menurut Tjiptono, F (2005) faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan atau mengatur lokasi bisnis 1) akses 2) *visibilitas* 3) lalu lintas 4) tempat parkir yang luas 5) Ekspansi 6) Lingkungan 7) kompetisi atau pesaing, dan 8) peraturan pemerintah. Faktor ini tidak semua dimiliki oleh pelaku bisnis makanan akan tetapi adanya faktor ini dalam lokasi bisnis akan mempermudah

pelaku bisnis makanan untuk menarik konsumen datang. Serta memudahkan konsumen dalam menemukan lokasi bisnis yang mereka cari.

1.2 Research Gap

Dalam penelitian Nwokah, N., Gladson (2009) untuk mengetahui kinerja pemasaran menghubungkan antara pemasaran yang fokus pada pelanggan (*customer focus*) dan pemasaran yang berfokus pada pesaing (*competitor fokus*). Menghasilkan hubungan yang signifikan pada *customer focus dan competitor fokus*. Penelitian ini baru menentukan kinerja pemasaran dalam industry makanan dan minuman di Nigeria dengan menggunakan *financial, competitor, customer behavior, consumer intermediate, direct consumer, dan innovativeness*. Masih perlu ada prioritas yang utama dalam penilaian kinerja pemasaran karena penilaian kinerja pemasaran masing-masing bisnis berbeda.

Kemudian dalam penelitian Frosen, J., dkk. (2012) memberikan pengelompokan kepada beberapa jenis usaha bisnis dalam mengukur kinerja pemasaran yang lebih diprioritaskan. menghasilkan 5 kelompok kategori yang masing-masing memiliki beberapa 9 alat ukur kinerja pemasaran, *brand equity, market position, financial position, long-term firm value, innovation, customer feedback, customer equity, channel activity, dan sales process*. Restoran atau Warung Makan yang termasuk dalam kelompok *conventional marketers* untuk mengukur kinerja pemasaran menyarankan dengan posisi pasar (*market position*), ekuitas merek (*brand equity*), keadaan keuangan (*financial position*).

Melalui gap dari penelitian terdahulu ini peneliti akan melengkapi dan menghubungkan dua penelitian ini untuk mengukur kinerja pemasaran yang

memiliki hubungan signifikan terhadap *customer focus* dan *competitor focus* dengan kategori dalam mengukur kinerja pemasaran yang sudah dikelompokkan penelitian yang lain untuk mengukur kinerja pemasaran restoran dan Warung Makan yang terjadi akibat perubahan jalan sistem satu arah di Kota Semarang. Mencari tahu pengukuran yang paling sesuai dengan keadaan tersebut dengan menggunakan penelitian kualitatif yang melalui pendekatan studi kasus mengenai kinerja pemasaran guna mengetahui strategi yang tepat untuk diterapkan.

1.3 Rumusan Masalah

Kebijakan yang dilakukan pemerintah terkadang menimbulkan pro bagi yang mendukung dan kontra bagi sebagian yang lain yang terkadang tidak bisa di pungkiri. Seperti yang telah dijelaskan di atas. Kebijakan sistem satu arah di Kota Semarang dimulai pada bulan Januari 2017 menimbulkan berbagai respons positif maupun negatif, apalagi sistem satu arah banyak melewati lokasi bisnis. Dari para pelaku bisnis (www.jateng.tribunnews.com) melalui ketua Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) Jawa Tengah melakukan protes untuk mengkaji ulang sistem satu arah karena bisnis bertumbuh sangat bergantung dengan banyaknya jumlah konsumen yang datang. Serta dari beberapa observasi dan wawancara kepada pelaku bisnis makanan tentang ini berbeda-beda.

Pelaku bisnis makanan dalam menanggapi lingkungan yang berubah perlu memperhatikan perubahan lingkungan yang terjadi, dan mempersiapkan strategi baru untuk mempertahankan bisnis. Peneliti ingin meneliti tentang strategi pemasaran dan penilaian kinerja pemasaran yang tepat bagi pelaku bisnis makanan

dalam menghadapi kebijakan sistem satu arah . Sehingga dari uraian di atas dapat dibuat pertanyaan untuk penelitian sebagai berikut.

1. Bagaimana penerapan perubahan strategi pemasaran terhadap perubahan lingkungan bisnis khususnya aturan pemerintah daerah tentang jalan sistem satu arah?
2. Bagaimana strategi perusahaan dalam mengomunikasikan pemasaran terhadap perubahan lingkungan bisnis?
3. Bagaimana perusahaan menghadapi persaingan dalam konteks perubahan jalan?
4. Apakah strategi pemasaran perusahaan yang diterapkan bersifat jangka pendek atau jangka panjang?

1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Menganalisis penerapan perubahan strategi pemasaran terhadap perubahan lingkungan bisnis khususnya aturan pemerintah daerah tentang jalan sistem satu arah.
2. Menganalisis strategi pemasaran perusahaan dalam mengomunikasikan pemasaran terhadap perubahan lingkungan bisnis
3. Mengetahui bagaimana perusahaan menghadapi persaingan dalam konteks perubahan jalan.
4. Menganalisis strategi pemasaran perusahaan yang diterapkan apakah bersifat jangka pendek atau jangka panjang.

Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi berbagai pihak, yaitu :

1. Manfaat bagi masyarakat

Diharapkan dapat menambah informasi bagi masyarakat dalam menentukan lokasi bisnis atau usaha dan menentukan strategi pemasaran.

2. Manfaat bagi peneliti

Diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti dengan menerapkan ilmu dan teori yang diperoleh di bangku perkuliahan.

3. Manfaat bagi akademik

Diharapkan dapat digunakan sebagai rujukan dan tambahan informasi serta sebagai literature penulisan dan referensi dalam studi tentang strategi pemasaran yang sejenis.

4. Manfaat bagi pihak lain

Diharapkan dapat digunakan sebagai pertimbangan dan masukan kepada *stakeholder* yang terlibat serta pemerintah daerah dalam menentukan kebijakan.

1.5 Sistematika Penelitian

Untuk mempermudah memahami penelitian ini, maka skripsi disajikan dalam bentuk bab-bab, yang terdapat lima bab dengan urutan tertentu yang sudah ditentukan sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang peneliti meneliti bagaimana jalan sistem satu arah di Kota Semarang dan hubungannya dengan pelaku bisnis bidang makanan dan bagaimana strategi pemasaran dan kinerja pemasarannya dalam menghadapi kebijakan itu. Bab ini juga terdiri dari latar belakang masalah, research gap, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Bab ini terdiri dari Pengertian landasan teori yang menjadi dasar acuan penelitian, berbagai literatur dan penelitian terdahulu yang mendukung penelitian dan gambaran kerangka pemikiran penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari beberapa paradigma penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel yang menjadi objek penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, metode pengumpulan data serta metode analisis yang digunakan dan keabsahan data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari deskripsi objek penelitian, hasil dan pembahasan penelitian dan analisis

BAB V PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian, saran peneliti, serta agenda penelitian selanjutnya