

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu tujuan perusahaan didirikan adalah untuk mendapatkan laba dan untuk mencapai kelangsungan hidup serta pengembangan perusahaan. Namun perlu disadari bahwa adanya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi pada saat ini menuntut perusahaan untuk mampu menciptakan strategi bauran pemasaran yang tepat agar dapat menghadapi pesaing bisnis yang semakin ketat. Sehingga strategi di atas perlu dilakukan oleh perusahaan agar bisa mencapai tujuan.

Dalam sebuah usaha penerapan strategi bauran pemasaran yang tepat merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan agar dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk yang ditawarkan diharapkan dapat dikenal dan diterima dengan baik oleh konsumen. Selanjutnya dengan strategi di atas perusahaan akan dapat melayani konsumen dengan baik dan dapat membangun hubungan jangka panjang secara menguntungkan dengan konsumen atau pelanggan.

Berkah Seafood Bantul dalam hal ini menggunakan berbagai strategi untuk memenangkan persaingan dalam bisnis kuliner seafoodnya. Salah satu strategi yang digunakan adalah strategi bauran pemasaran yang terdiri atas 7 P yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *physical evidence* (fasilitas fisik), dan *process* (proses). Oleh karena itu perusahaan akan melakukan strategi bauran pemasaran yang tepat agar dapat menarik konsumen untuk datang dan akan mengambil keputusan membeli. Pada umumnya pelaksanaan strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha kuliner antara lain terkait dengan ragam dan kualitas makanan, harga, tempat yang strategis, pelayanan dan masih banyak lagi.

Berkah Seafood Bantul berlokasi di Kretek, Parangtritis, Bantul, DIY merupakan usaha kuliner yang masih terbilang baru. Perusahaan ini telah menerapkan strategi bauran pemasaran yang mampu menarik konsumen. Berdasarkan pemaparan di atas penulis tertarik melakukan kegiatan magang di rumah makan Berkah Seafood tersebut dan menulisnya dalam sebuah laporan Tugas Akhir dengan judul: **“STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA BERKAH SEAFOOD BANTUL”**

B. Batasan Masalah

Dalam penyusunan laporan tugas akhir ini dibatasi pada strategi bauran pemasaran yang meliputi 7 P yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *physical evidence* (fasilitas fisik), dan *process* (proses) di Berkah Seafood Bantul.

C. Tujuan

Tujuan penyusunan Laporan Tugas Akhir ini adalah untuk mengetahui penerapan bauran pemasaran di Berkah Seafood Bantul.

D. Manfaat

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan terkait dalam pengambilan keputusan tentang strategi bauran pemasaran perusahaan, guna peningkatan penjualan produknya.

2. Bagi Penulis

- a. Untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang penerapan bauran pemasaran pada suatu perusahaan.
- b. Untuk salah satu persyaratan memperoleh gelar Ahli Madya pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta.
- c. Untuk menerapkan teori atau konsep yang diperoleh selama kuliah sesuai dengan kenyataan di dunia kerja.

3. STIM YKPN Yogyakarta

Agar dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penyusunan laporan tugas akhir selanjutnya.

4. Bagi Pihak Lain

Untuk menambah wawasan tentang ilmu manajemen pemasaran terutama pada bidang usaha rumah makan.