

Komunikasi Pemasaran Para Pengusaha Kuliner Bebek Di Bangkalan

Oleh : Syafrizal Akbar/100531100026 Dibawah Bimbingan : Dessy Trisilowaty.S.Sos.,M.Si

Abstrak

Perkembangan bisnis kuliner belakangan ini semakin menjamur , bisnis bebek terutama menjadi icon bisnis kuliner yang paling terkenal di bangkalan. Bisnis kuliner bebek tersebut semakin berkembang semenjak berdirinya jembatan suramadu. Setiap harinya bukan hanya warga sekitar, wisatawan, bahkan para pejabat dari berbagai daerah merelakan jam istirahat kantor hanya untuk makan siang di tempat tersebut.

Penelitian ini fokus pada komunikasi pemasaran yang dilakukan para pengusaha kuliner bebek di Bangkalan. *Bebek Sinjay, Bebek Bengal, Dan Bebek Songkem* dijadikan objek penelitian disebabkan kuliner bebek inilah yang menurut peneliti dinilai sebagai warung yang paling ramai berdasarkan hasil observasi. Teori yang digunakan untuk mendeskripsikan studi kasus tersebut menggunakan teori perencanaan komunikasi dan teori komunikasi pemasaran. Sementara metode penelitian menggunakan deskriptif kualitatif, dengan teknik pengambilan data melalui observasi, wawancara, dan kajian literatur yang disajikan secara sistematis dengan menggunakan validasi data melalui triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini menemukan para pengusaha bebek diawali dengan memanfaatkan keberadaan jembatan suramadu yang memudahkan akses Madura dan Surabaya. Informasi Suramadu dijadikan sebuah peluang untuk menarik wisatawan tidak hanya datang ke Suramadu melainkan juga menawarkan kuliner bebek-bebek di Bangkalan. Kemudian dari segi komunikasi pemasaran terpadu pemilik warung tersebut hanya bebek songkem yang melakukan iklan di media massa. Sementara bebek sinjay dan tera' bulan (bebek bengal) hanya melalui mulut-ke mulut dan bekerja sama dengan berbagai agen travel dan pusat oleh-oleh yang ada di Bangkalan. Selain masakan yang mengundang selera kuliner bebek di Bangkalan mampu memberikan kesan positif kepada para konsumen sehingga mereka tertarik untuk kembali lagi ke warung tersebut.

Kata kunci : Komunikasi pemasaran terpadu, para pengusaha kuliner bebek, di Bangkalan

Marketing Communication Culinary Entrepreneurs Duck in Bangkalan

By: Syafrizal Akbar / 100531100026., Advisor : Dessy Trisilowaty. S.Sos.,M.Si

Abstract

Developments in recent culinary business has mushroomed, especially ducks business became icons of the most famous culinary business in Bangkalan. The duck culinary business is growing ever since the founding of Suramadu bridge. Every day, not only local residents, tourists, and even officials from various regions to give up an hour break for lunch only office at the venue.

This study focuses on marketing communications conducted culinary entrepreneurs duck in Bangkalan. Sinjay Duck, Duck Bengal, And Duck Songkem as research object caused culinary duck who according to the researchers assessed as the most crowded stalls based on the observation. The theory is used to describe a case study of the use of communication planning theory and the theory of marketing communications. While using descriptive qualitative research methods, the techniques of data collection through observation, interviews, and review of the literature presented systematically using data validation through triangulation of sources.

The results of this study found the duck entrepreneurs started utilizing their Suramadu bridge that allows access Madura and Surabaya. Information longest made an opportunity to attract tourists not only come to the longest but also offers culinary ducks in Bangkalan. Then in terms of marketing communications shop owner is just duck songkem that do advertising in the mass media. While duck sinjay and tera 'month (duck bengal) only through mouth-to-mouth and cooperate with various travel agencies and central souvenirs in Bangkalan. Besides appetizing cuisine culinary duck in Bangkalan able to give a positive impression to consumers so that they are keen to come back to the shop.

Keywords: Marketing communications, culinary entrepreneurs duck, in Bangkalan

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
PERNTAYAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
Abstak.....	viii
Abstract	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN TEORI	
2.1 Penelitian terdahulu.....	8
2.2 Komunikasi pemasaran	14
2.2.1 Promosi	15
2.2.2 Fungsi promosi	16
2.2.3 Tujuan promosi	16
2.3 Strategi komunikasi pemasaran yang efektif	19
2.4 Marketing mix	20
2.4.1 Product	21
2.4.2 Price	21
2.4.3 Place.....	22
2.4.4 Promotion.....	22
2.5 Komunikasi pemasaran terintegrasi	22

2.5.1	Pengiklanan (<i>advertising</i>).....	23
2.5.2	Penjualan Perorangan (<i>personal selling</i>).....	24
2.5.3	Promosi penjualan (<i>sales promotion</i>).	26
2.5.4	Hubungan Masyarakat (<i>public relation</i>).....	27
2.5.5	Pemasaran langsung, (<i>direct marketing</i>)	28
2.5.6	Pemasaran via internet	28
2.6	Kuliner bebek bangkalan.....	29
2.7	Kerangka pemikiran	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Metode Penelitian.....	33
3.2	Objek Penelitian	33
3.3	Subyek analisis.....	33
3.4	Metode Pengumpulan Data	35
3.5	Analisis Data	35
3.6	Validasi data.....	38
BAB IV TINJAUAN UMUM PENELITIAN		
4.1	Gambaran Kabupaten Bangkalan	41
4.2	Sejarah bebek <i>Songkem</i>	44
4.3	Bebek <i>bengal</i>	46
4.4	Bebek Sinjay.....	48
BAB V PEMBAHASAN		
5.1	Bauran Pemasaran Kuliner Bebek di Bangkalan	51
5.2	Komunikasi Pemasaran	56
5.6	Komunikasi Pemasaran yang Terintegrasi	62
5.7	Suara Konsumen (Testimoni).....	
BAB VI KESIMPULAN		
6.1	Simpulan.....	78
6.2	Saran.....	80

DAFTAR PUSTAKA

Lampiran-Lampiran

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Peta Bangkalan.....	41
Gambar 4.2 Stok Bebek Yang Siap Dijual Kembali.....	44
Gambar 4.3 <i>Bebek Songkem</i> yang siap disajikan.....	46
Gambar 4.4 <i>Bebek Bengal</i>	47
Gambar 4.5 Suasana Kasir <i>Bebek Sinjay</i>	48
Gambar 4.6 satu porsi <i>Bebek Sinjay</i>	49
Gambar 5.1 bapak herwanto dari sidoarjo (warung Sinjay).....	61
Gambar 5.2 Iman dan Nabila asal Toronto Kanada.....	61
Gambar 5.3 bapak indra dan keluarga dari Jakarta.....	61
Gambar 5.4 opik dan putrinya pernah makan di <i>tera' bulan</i>	64
Gambar 5.5 artis yang pernah makan di <i>Tera' Bulan</i>	64
Gambar 5.6 Peneliti dengan pemilik <i>Bebek Bengal Tera' Bulan</i>	64
Gambar 5.7 wawancara dengan karyawan <i>Tera' Bulan</i>	68
Gambar 5.8 Brosur <i>Bebek Songkem</i>	67
Gambar 5.9 Brosur Warung Tera' Bulan.....	67
Gambar.5.10 akun facebook <i>Bebek Songkem</i>	70
Gambar.5.11 akun facebook <i>Bebek Sinjay</i>	70
Gambar.5.12 akun facebook <i>Tera' Bulan</i>	71
Gambar 5.13 suasana wawancara dan makan <i>Bebek Songkem</i>	73
Gambar 5.14 wawancara dengan Bapak Gunawan dan Ibu Olif.....	74
Gambar 5.15 Bapak Budi dan bapak Rusmina dari Mojekerto.....	75
Gambar 5.16 wawancara di warung Tera' Bulan.....	76
Gambar 5.17 Wawancara Dengan Ibu Laily Dari Sidoarjo.....	77