

STRATEGI PEMASARAN USAHA KULINER KOBER MIE SETAN JALAN KARIMATA NO. 67 KOTA JEMBER

Siti Maria Ulfa *) & Joko Widodo**)

***Abstract:** Marketing strategy is the company's plan to develop a product or service which is accordance with the stated goals of the company. This research had to describe the marketing strategy of culinary business of kober mie setan that located at Karimata street 67 Jember. This type of research used is descriptive qualitative approach. The research location was determined by using purposive area method was held in kober mie setan that located in Karimata Street 67 Jember city. Analysis of the data in this study consisted of data reduction, data presentation, and conclusion Based on this research, it can be know that the kober mie setan that located at Karimata street 67 jember is one of the culinary business that implemented several marketing strategies for their culinary business There were four marketing strategies used by kober mie setan for their culinary business, such as: product strategy, area strategy, pricing strategy and promotion strategy.*

***Keywords:** Marketing Strategy, Culinary Business*

*)Siti Maria Ulfa adalah mahasiswa Prog. Studi Ekonomi FKIP UNEJ

**)Joko Widodo adalah staf pengajar Prog. Studi Ekonomi FKIP UNEJ

PENDAHULUAN

Kota Jember kini menjadi pilihan pengusaha dalam berbisnis kuliner. Usaha kuliner terbilang tidak ada matinya, di setiap sudut kota disepanjang jalan protokol berjejer usaha kuliner mulai tenda-tenda pedagang kaki lima, cafe, *restaurant* atau rumah makan, ruko hingga resto di *mall*. Menyajikan makanan yang halal, sehat, berkualitas, citarasa yang khas, diolah dengan bumbu pilihan dengan harga terjangkau tentu sangat diminati bagi semua kalangan masyarakat.

Perkembangan usaha kuliner yang begitu pesat, memunculkan usaha kuliner dengan berbagai macam jenis variasi menu masakan. Salah satunya adalah mie, makanan yang berbahan dasar gandum. Mie kini telah berkembang menjadi salah satu makanan favorit masyarakat Indonesia. Dengan kreativitas dan inovasi kini olahan mie tidak hanya sebatas mie ayam atau mie goreng seperti biasanya yang sudah umum di masyarakat. Mie bercitarasa pedas adalah terobosan baru di bidang usaha kuliner.

Kober Mie Setan yang berpusat di Kota Malang adalah usaha yang berawal dari coba-coba atau sekedar mengisi waktu luang. Kober merupakan singkatan dari kelompok bermain yang artinya tempat berkumpulnya komunitas (komunitas otomotif di Kota Malang). Nama yang terbilang unik dan menyeramkan membuat masyarakat penasaran dan antusias untuk berkunjung ke tempat tersebut. Kober Mie Setan menawarkan produk makanan mie dengan berbagai macam tingkat level kepedasan yang bisa dipilih dan berbagai macam minuman yang tak kalah seram juga namanya.

Usaha kuliner Kober Mie Setan yang semakin berkembang dan begitu diminati masyarakat, membuat pemilik BP, 50 tahun mengembangkan bisnisnya dengan membuka peluang bermitra usaha sejak tahun 2012. Bagi investor yang berminat untuk membuka usaha kuliner Kober Mie Setan di kota lain dengan bahan baku, perekrutan karyawan dan konsep dekorasi usaha berasal dari Kober Mie Setan Pusat (Kota Malang). Kober Mie Setan kini sudah memiliki 7 outlet usaha mitra yang tersebar di berbagai kota diantaranya, Malang (terdapat 3 cabang) Gresik, Surabaya, Bali dan Jember.

Pada tanggal 20 Agustus 2014 Kober Mie Setan mitra Kota Jember yang terletak di Jalan Karimata No.67 Kota Jember resmi dibuka. Lokasi usaha yang strategis yaitu terletak di pusat Kota Jember dan berada di daerah kampus, sehingga pangsa pasar atau mayoritas konsumen adalah kalangan mahasiswa

atau kalangan muda. Ciri khas dari produk ini adalah nuansa serta citra kuat yang berusaha ditanamkan kepada masyarakat, yaitu kesan horor dan mistis. Dari masa ke masa Kober Mie Setan senantiasa menambah variasi dan inovasi produknya agar konsumen tidak bosan dengan produk-produk yang ditawarkan. Kober Mie Setan selalu menjaga kualitas produk mulai dari bahan baku sampai penyajian hidangan. Jika di tempat lain usaha kuliner mie pedas tempatnya seperti warung biasa, Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember tempatnya didesain lebih menarik dan berbeda dengan tempat lainnya.

Persaingan usaha kuliner khususnya mie bercitarasa pedas di Kota Jember misalnya Mie Setan dan Bakso Serabutan yang terletak di kompleks ruko bundaran kantor DPRD Kota Jember. Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti outlet tersebut sudah ada terlebih dahulu sebelum Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember. Outlet tersebut juga menarik perhatian dan begitu diminati konsumen, tetapi saat Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember dibuka Mie Setan dan Bakso Serabutan yang dulunya ramai kini menjadi sepi. Konsumen beralih pada Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember dengan olahan produk makanan yang dijual sejenis dengan Mie Setan dan Bakso Serabutan. Konsumen tertarik dengan produk Kober Mie Setan karena sebagian besar konsumen melakukan pembelian produk berulang dan tidak hanya sekedar coba-coba lalu berpindah ke tempat usaha kuliner yang lain. Perbedaannya Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember tidak menjual Bakso, sedangkan Mie Setan dan Bakso Serabutan kompleks DPRD menjual Bakso. Adanya persaingan pasar membuat pemilik usaha semakin jeli dalam meningkatkan kualitas dan menciptakan inovasi produknya, dengan tujuan untuk menjaga loyalitas konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Dengan demikian, pengusaha harus mampu menciptakan daya saing yang strategis agar usaha dapat berjalan dengan lancar kedepannya.

Setiap usaha memiliki prioritas untuk meningkatkan profit atau laba terhadap penjualan produknya, pengusaha dituntut untuk memiliki inovasi agar dapat bersaing dalam dunia usaha. Sehingga mampu menciptakan produk-produk baru seiring dengan berubahnya permintaan konsumen dan perkembangan jaman. Dalam memasarkan produknya, suatu usaha harus menentukan cara efektif yang dapat dijadikan sebagai strategi untuk

memasarkan produk. Hal ini akan menentukan keberhasilan suatu usaha serta sebagai langkah awal dalam memahami keadaan dan permintaan pasar.

Keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari bagaimana usaha tersebut mampu memasarkan produk yang berkualitas dengan harga terjangkau sehingga membuat konsumen berminat dan tertarik untuk melakukan pembelian. Untuk dapat menarik konsumen agar membeli produk yang dihasilkan, maka suatu usaha harus mampu merumuskan strategi pemasaran seperti apa yang akan digunakan. Strategi pemasaran dalam suatu usaha merupakan suatu rencana keseluruhan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut (Tjiptono, dkk 2008:283) Strategi pemasaran rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu.

Penentuan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan di pasar adalah kunci kesuksesan perusahaan dalam memasarkan barang atau jasa yang dimilikinya. Setiap usaha yang dijalankan oleh seseorang, baik usaha kecil maupun usaha besar tentunya memiliki karakteristik yang berbeda-beda dalam hal produk, tempat, harga, maupun promosi yang dilakukan. Strategi yang digunakan Kober Mie Setan pusat dengan mitra usaha Kober Mie Setan diberbagai kota sama. Hal tersebut terjadi karena masing-masing perusahaan ingin menjadi paling unggul dibandingkan dengan perusahaan lain. Salah satu usaha kuliner yang memiliki keunggulan dalam hal keunikan kuliner dengan inovasi produk baru yaitu usaha kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh suatu usaha kuliner dapat dijadikan sebagai upaya menarik konsumen dalam memilih produk. Menurut (Kotler, 2008:58) Strategi pemasaran adalah perusahaan merancang bauran pemasaran terintegrasi yang terdiri dari beberapa faktor dibawah kendalinya seperti produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*) (empat P). Untuk menemukan strategi dan bauran pemasaran terbaik, perusahaan melibatkan analisis, perencanaan, implementasi dan kendali pemasaran. Melalui kegiatan-kegiatan ini, perusahaan melihat dan menerapkannya pada pelaku dan memasukkannya dalam lingkungan pemasaran. Hal ini dikarenakan saat ini terdapat banyak produk baru dipasaran yang saling bersaing untuk memenuhi kebutuhan konsumen, seperti produk dengan harga terjangkau sehingga dapat

dijangkau oleh semua kalangan masyarakat. Dengan semakin banyaknya konsumen dapat menentukan berlangsungnya suatu usaha. Semakin banyak konsumen yang percaya dengan produk yang dihasilkan, maka suatu usaha akan semakin berkembang, yaitu dilihat dari banyaknya produk yang mampu memenuhi target pasar yang diinginkan. Dengan demikian, Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember dituntut untuk meningkatkan strategi pemasaran yang lebih optimal agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen sehingga usaha tidak kalah bersaing di pasar.

Berdasarkan pemaparan di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan keadaan atau situasi yang sedang berjalan pada saat dilakukan penelitian di Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember. Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive area*, yaitu lokasi penelitian secara sengaja telah ditentukan oleh peneliti di Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember. Dalam hal pengumpulan data, peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumen. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa terdapat beberapa strategi pemasaran yang dilakukan oleh Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember. Strategi pemasaran tersebut antara lain: strategi produk, strategi tempat, strategi harga serta strategi promosi.

Produk yang dikembangkan Kober Mie Setan awalnya tidak bervariasi, produk yang ditawarkan hanya sebatas mie setan, es tuyul dan es pocong. Posisi Kober Mie Setan pada saat itu adalah pelopor mie bercirasa pedas di Kota Malang dan masih dengan konsep bisnis yang sederhana dan belum berkembang

seperti saat ini. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh manajer Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember yang menyatakan, pada awalnya Kober Mie Setan hanya menjual tiga menu produk saja, namun seiring berjalannya waktu usaha kami semakin berkembang pesat sehingga muncul variasi dan inovasi produk baru. Produk yang dikembangkan oleh Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember adalah sebagai berikut:

Mie setan merupakan hidangan sejenis cuimie yang direbus dengan level kepedasan mulai dari level 1 sampai level 5 dengan jumlah cabai yang bervariasi disetiap tingkatan levelnya. Seperti yang sudah dikemukakan oleh manajer Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember yang menyatakan:

“Produk awal kami merupakan menu yang bernama mie setan dengan kepedasan yang bisa dipilih mulai dari level 1 cabai 12, level 2 cabai 25, level 3 cabai 35, level 4 cabai 45, dan level 5 cabai 60. Mie setan juga disertai dengan taburan daun bawang, selada, kornet sapi, siomay kukus, dan pangsit goreng sebagai garnish” (P, 21 Th).

Mie Iblis merupakan hidangan sejenis cuimie yang direbus kemudian digoreng ditambahai dengan kecap, dengan level kepedasan yang bisa dipilih konsumen yaitu seperti yang dikemukakan oleh manajer Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember yang menyatakan:

“Mie iblis merupakan produk baru yang awalnya dikembangkan Kober Mie Setan outlet Surabaya yang berada di Jalan Kaca Piring kemudian berkembang lagi pada outlet Kober Mie Setan di berbagai kota lainnya. Mi iblis dibedakan menjadi 3 level kepedasan yaitu level S 5 cabai, M 10 cabai, L 15 cabai. Dengan taburan daun bawang, kornet sapi, selada, siomay goreng dan pangsit goreng. Itulah perbedaan antara mie iblis dan mie setan” (P, 25Th).

Mie *Angel* merupakan mie setan atau mie iblis tanpa cabai. Mie *angel* disediakan bagi konsumen yang tidak menyukai makanan bercitarasa pedas. Seperti yang dikemukakan oleh manager Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember yang menyatakan:

“Mie angel adalah mie setan atau mie iblis tanpa cabai dikhususkan bagi konsumen yang tidak menyukai makanan bercitarasa pedas” (P, 25 Th).

Dimsum merupakan varian menu pelengkap dalam Kober Mie Setan. Berbagai macam varian dimsum merupakan inovasi produk terbaru dari Kober Mie Setan yang bertujuan agar konsumen tidak bosan dengan menu yang itu-itu saja. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh manager Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember yang menyatakan:

“Dimsum adalah varian inovasi produk baru kami mbak yang bertujuan agar konsumen tidak bosan dengan menu yang sama saat datang ke outlet kami. Terdapat 10 macam varian dimsum di Kober Mie Setan” (P, 21Th)

Berbagai macam jenis minuman dalam outlet Kober Mie Setan mulai dari minuman dingin dengan campuran buah segar, susu dan sirup, minuman dingin dan panas serta tersedia air mineral. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh manajer Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember yang menyatakan:

“Kober Mie Setan awalnya hanya memiliki 2 jenis minuman yaitu es tuyul dan es pocong, namun seiring berjalannya waktu kini kami sudah memiliki 21 jenis varian minuman” (P, 21Th).

Berdasarkan beberapa pernyataan diatas dapat diketahui bahwa usaha kuliner Kober Mie Setan selalu menciptakan inovasi dan variasi produk untuk keberlangsungan usahanya. Dalam melakukan inovasi dan variasi produk Kober Mie Setan selalu memperhatikan pasar agar bisa diterima oleh target konsumen yang dituju sebagian besar merupakan kalangan pelajar, mahasiswa dan ada juga keluarga. Hal ini bertujuan agar konsumen tidak jenuh dengan menu produk yang sudah ada dan tetap setia dengan produk Kober Mie Setan.

Salah satu aspek strategi pemasaran dalam penelitian ini adalah tempat pemasaran. Tempat atau saluran distribusi yang merupakan lokasi yang digunakan oleh suatu bisnis untuk dapat menyalurkan produk yang dihasilkan kepada konsumen. Tempat pemasaran dengan nama yang mudah diingat, mudah

ditemukan dan terletak di lokasi yang strategis akan sangat membantu dalam kegiatan pemasaran suatu usaha dan memudahkan konsumen dalam menjangkau lokasi usaha tersebut. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh manajer Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember yang menyatakan:

“Lokasi usaha kami berada di kawasan yang tepat sasaran dalam artian sasaran yang kami maksud adalah pelajar, mahasiswa atau kalangan yang menyukai makanan bercitarasa pedas” (SKS, 19 Th).

Berdasarkan pernyataan diatas dapat diketahui usaha kuliner Kober Mie Setan yang berada di Jalan Karimata No.67 Kota Jember merupakan usaha kuliner yang terletak di lokasi yang strategis, di pusat Kota Jember dan berada di daerah kampus dan sudah tepat dengan pangsa pasar yang dituju yaitu kalangan pelajar, mahasiswa atau kalangan muda meskipun sebagian konsumen juga membawa serta keluarga dalam berkunjung ke outlet tersebut.Keunggulan lain dari Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember yaitu akses parkir yang cukup luas, outlet yang didesain *outdoor* dan *indoor*, toilet dan tersedia juga mushola untuk tempat beribadah konsumen.

Harga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah produk dan pelayanan yang maksimal. Penetapan harga secara tepat dan kompetitif akan mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh manajer Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember yang menyatakan:

“Dalam menentukan harga jual produk, kami membuat ukuran atau patokan dari harga bahan baku makanan-minuman dan harga jual produk pesaing yang sejenis dengan produk kami, hal ini dilakukan agar produk kami tidak kalah bersaing dengan produk pesaing makanan sejenis dan sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen” (SKS 19Th).

Berdasarkan pernyataan diatas dapat diketahui bahwa harga jual produk Kober Mie Setan area Jember ditentukan dari berbagai macam faktor diantaranya penentuan harga oleh pihak Kober Mie Setan pusat, harga bahan baku produk, harga jual pesaing produk sejenis dan juga berbagai pertimbangan

lainnya, sehingga ditentukanlah harga jual produk Kober Mie Setan dengan berbagai macam pertimbangan tersebut.

Sesuai data yang diperoleh, dapat diketahui bahwa Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember selalu berusaha untuk meningkatkan penjualan produk di pasar dengan melalui penguatan aspek promosi, iklan yang semakin efektif dan variatif sesuai target pasar, maupun dengan cara pendekatan yang berbeda namun lebih membunmi. Iklan dan promosi juga merupakan aspek yang paling penting dalam sebuah perusahaan. Karena melalui iklan dan promosi sebuah produk pada perusahaan tertentu akan lebih dikenal oleh konsumen. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh manajer Kober Mie Setan yang menyatakan:

“Promosi kami melalui media internet yaitu situs jejaring sosial twitter, facebook,, website, getuk tular, dan melalui event-event tertentu dengan tujuan untuk mempromosikan produknya kepada konsumen, dengan memasarkan produk melalui internet bisa menjangkau konsumen secara luas tidak hanya konsumen di dalam Kota Jember” (P 21 th).

Berdasarkan pernyataan diatas dapat diketahui bahwa promosi yang dilakukan oleh Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember cukup sederhana dengan membagikan 700 kupon pada saat awal pembukaan Kober Mie Setan pada tanggal 20 agustus 2014. Pada umumnya masyarakat memang sudah tidak asing lagi dengan nama Kober Mie Setan, karena sebelum di Jember outlet Kober Mie Setan sudah ada diberbagai kota.

Selain dengan cara diatas dalam mempromosikan produknya saat ini kober mie setan promosi melalui sosial media seperti twitter: @kobermiesetan facebook: kober mie setan, website: @koberbar.com. Promosi melalui dunia maya selain murah juga sangat membantu dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat, selain itu pihak Kober Mie Setan juga mempromosikan produknya melalui *event-event* tertentu seperti *Jember Colour Run*. Promosi melalui *gethuk tular* atau pembicaraan dari konsumen yang sudah membeli kepada calon konsumen lain juga dirasa sangat membantu dalam meningkatkan volume penjualan.

PEMBAHASAN

Sesuai hasil penelitian yang telah dikemukakan diatas, dapat diketahui bahwa usaha kuliner Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember telah menggunakan beberapa aspek strategi dalam menjalankan usahanya. Adapun aspek strategi pemasaran yang digunakan diantaranya, strategi produk, strategi tempat, strategi harga, dan strategi promosi.

Strategi produk merupakan bagian dari strategi pemasaran yang mengupayakan peningkatan volume penjualan dengan cara menambah jumlah produk dan berkembangnya variasi dan inovasi produk baru yang bertujuan untuk menghindari kejenuhan konsumen dengan produk yang sudah ada, sehingga dibutuhkan variasi dan inovasi produk agar konsumen tidak jenuh.

Kober Mie Setan dari yang awalnya outlet kecil di jalan Soekarno-Hatta Kota Malang dan hanya menjual 3 jenis menu diantaranya mie setan, es tuyul dan es pocong. Kini menu yang ditawarkan lebih bervariasi, karena seiring berjalannya waktu pemilik berinovasi dengan menjual berbagai macam produk baru. Awalnya hanya terdapat 3 (tiga) menu yang ditawarkan kini Kober Mie Setan melakukan inovasi dalam setiap menu produk yang ditawarkan kepada konsumen. Seperti yang diungkapkan oleh Assauri (2007:200) pengembangan produk dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk memahami kebutuhan dan keinginan pasar yang ada sehingga dapat memuaskan pasar yang telah tersedia. Berbagai macam jenis mie yang ditawarkan kepada konsumen diantaranya, mie setan, mie iblis, mie *angel*, dan *request* cabe.

Mie setan merupakan hidangan sejenis cuimie yang direbus disertai dengan siomay kukus, kornet sapi, pangsit goreng, selada dan taburan daun bawang dengan level kepedasan mulai dari level 1 sampai level 5 dengan jumlah cabai yang bervariasi disetiap tingkatan levelnya. Level 1 cabai 12, level 2 cabai 25, level 3 cabai 35, level 4 cabai 45, dan level 5 cabai 60. Semakin tinggi level yang dipilih konsumen jumlah cabai yang ditawarkan semakin banyak.

Mie iblis merupakan mie yang direbus kemudian digoreng ditambah dengan kecap disertai dengan siomay goreng, kornet sapi, selada dan taburan daun bawang dengan level kepedasan S 5 cabai, M 10 cabai, dan L 15 cabai dengan cabai bervariasi disetiap tingkatan levelnya. Perbedaan antara mie setan dan mie iblis yaitu mie setan tidak usah menggunakan kecap sedangkan mie iblis

menggunakan kecap dan tingkatan level kepedasan mie setan dan mie iblis yang berbeda.

Mie *angel* merupakan mie setan atau mie iblis tanpa cabai, mie *angel* disediakan bagi konsumen yang tidak menyukai makanan bercitarasa pedas. Mie *angel* merupakan mie dengan terobosan baru. Mie *angel* biasanya dipesan oleh konsumen yang datang bersama keluarganya dengan membawa anak kecil yang biasanya tidak suka makanan bercitarasa pedas atau konsumen yang sudah berumur dan tidak menyukai makanan pedas.

Request cabai merupakan inovasi terbaru dari Kober Mie Setan. Konsumen dapat memesan mie dengan jumlah cabai sesuai permintaan konsumen, berapapun jumlah cabainya harganya tetap sama. *Request* cabai merupakan produk mie setan atau mie iblis dengan level cabai yang bisa dipesan konsumen sesuai dengan cabai permintaan konsumen. *Request* cabai merupakan pilihan yang tepat bagi konsumen yang menyukai makanan bercitarasa pedas.

Berbagai macam menu minuman yang terdapat diberbagai outlet Kober Mie Setan dari yang awalnya es tuyul dan es pocong. Kini Kober Mie Setan memiliki berbagai macam inovasi menu minuman. Terdapat 25 varian menu minuman dingin dan terdapat 20 varian menu minuman panas. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Kotler (2008:321) yang menyatakan, pengembangan produk yang baru berdasarkan tim atau kerjasama mendapatkan keunggulan kompetitif yang lebih besar dengan pasar yang lebih cepat.

Pada dasarnya produk yang ditawarkan oleh Kober Mie Setan dengan outlet yang menjual produk sejenis adalah sama, namun yang membedakan dengan outlet lain adalah terdapat menu dimsum, aneka mie yang bisa meminta cabai sesuai permintaan konsumen dan berbagai macam minuman yang lebih bervariasi. Kober Mie Setan kini sudah memiliki 8 (delapan) outlet diberbagai kota diantaranya Malang terdapat 3 (tiga) outlet, Surabaya 2 (dua) outlet, Gresik, Bali, dan Jember. Dari masing-masing outlet diberbagai kota terdapat masing-masing 1 (satu) manajer area yang bertugas memimpin masing-masing outlet tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara dapat diketahui bahwa Kober Mie Setan pusat berperan penting dalam pemilihan lokasi usaha Kober Mie Setan diberbagai kota, ketersediaan bahan baku, perekrutan karyawan, penyediaan tempat tinggal karyawan, menentukan harga jual produk, dan

mengawasi jalannya usaha bekerjasama dengan investor, manajer kober mie setan diberbagai kota dan karyawan lainnya. Perekrutan karyawan Kober Mie Setan juga memiliki kriteria tersendiri seperti pendidikan terakhir minimal SMA/SMK, masa percobaan atau *training* selama 3 bulan, bersedia ditempatkan di Kober Mie Setan diberbagai area/kota, selain itu keunggulan lain dari Kober Mie Setan terdapat jenjang karier bagi karyawan Kober Mie Setan yang bisa melakukan tugasnya dengan baik.

Kelebihan-kelebihan inilah yang menjadikan investor bergabung dan menjadi bagian dari Kober Mie Setan diberbagai area atau Kota dan jajaran manajer area diberbagai kota beserta karyawannya, sehingga bisnis kuliner ini semakin berkembang dan berinovasi dari masa ke masa demi memberikan produk dan pelayanan terbaik kepada konsumen.

Tanggapan konsumen khususnya di Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember sangat baik dan menu yang ditawarkan begitu diminati konsumen, hal inilah yang membuat Kober Mie Setan semakin berkembang dengan laba yang sesuai target. Kritik dan saran dari konsumen juga digunakan sebagai wujud perbaikan Kober Mie Setan di masa yang akan datang. Kepuasan konsumen adalah tanggung jawab sebagai bentuk pelayanan terbaik. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Kotler (2008:321) menyebutkan, yang terpenting dalam pengembangan produk yang baru harus berpusat kepada pelanggan, yang dimulai dengan pemahaman menyeluruh mengenai kebutuhan dan nilai pelanggan dan memberikan pengalaman yang lebih memuaskan kepada pelanggan.

Strategi tempat atau saluran distribusi merupakan salah satu aspek strategi pemasaran yang memiliki peranan penting dalam meningkatkan permintaan suatu produk. Dalam hal ini tempat diartikan sebagai lokasi untuk menyalurkan produk yang dihasilkan kepada konsumen sebagai pasar sasaran yang dituju. Penentuan lokasi usaha secara tepat menjadikan hal yang penting dalam berlangsungnya suatu usaha dalam menarik konsumen. hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Zeithaml (2005:19) yang menyatakan tempat adalah gabungan dari lokasi dan distribusi yang berhubungan dengan cara penyampaian barang melalui lokasi yang strategis.

Kober Mie Setan pusat turut berperan dalam pemilihan lokasi usaha kuliner Kober Mie Setan di Kota Jember. Dengan pertimbangan yang sangat

matang antara pemilik Kober Mie Setan pusat (BP 50th) dengan investor Kober Mie Setan area Jember (AZW 43th) sehingga ditentukan tempat pemasaran Kober Mie Setan yang strategis di Kota Jember yaitu Jalan Karimata No. 67 Kota Jember. Dipilihnya Jalan Karimata No.67 Kota Jember dengan mempertimbangkan diantaranya, lokasi yang strategis di pusat Kota Jember dan berada di daerah kampus dan sekolah di Kota Jember, tanahnya yang luas sehingga terdapat tempat yang *outdoor* dan *indoor* bagi konsumen, *kitchen set* atau tempat memasak yang terbuka sehingga membuat konsumen bisa melihat proses memasak hingga penyajian hidangan, dilengkapi dengan mushola, toilet dan area parkir yang cukup luas.

Tampilan tempat pemasaran juga menjadi sebuah pertimbangan Kober Mie Setan dalam menarik konsumen. Kober Mie Setan memiliki desain yang menarik, terbilang unik, dan berbeda dari tempat lainnya dalam tempat pemasaran untuk memasarkan produknya. Seperti yang tampak dari luar misalnya tidak ada plakat atau papan nama dari usaha kuliner tersebut. Informasi atau pemberitahuan bahwa tempat tersebut adalah usaha kuliner yaitu melalui papan tulis (black board) berukuran 1 meter yang berisi daftar menu dan LCD tv berukuran 20inchi yang juga berisi daftar menu. Tempat duduk yang terbuat dari kayu, peralatan masak dengan standart hotel. Tampilan tempat pemasaran adalah salah satu strategi Kober Mie Setan dalam menarik perhatian konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara dapat diketahui bahwa konsumen Kober Mie Setan begitu menyukai tempat Kober Mie Setan dan nyaman berada ditempat ini dengan fasilitas yang sudah diberikan oleh Kober Mie Setan. Tidak heran apabila mayoritas konsumen Kober Mie Setan melakukan pembelian berulang. Hal tersebut membuktikan bahwa Kober Mie Setan bisa diterima dengan baik oleh konsumen.

Strategi harga merupakan aspek pemasaran yang sangat penting dalam suatu usaha untuk mencapai laba atau keuntungan dalam menjaga kelangsungan usahanya. Dalam hal menetapkan harga Kober Mie Setan menetapkan harga secara tepat dan kompetitif. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Zeithaml (2005:9) harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh penjual dan pembeli melalui proses tawar-menawar ataupun ditetapkan oleh penjual.

Penetapan harga Kober Mie Setan berdasarkan harga bahan baku, pangsa pasar yang dituju dan harga jual produk pesaing yang sejenis tidak jauh berbeda dan bisa diterima oleh konsumen. Pada saat harga cabai melambung naik Kober Mie Setan juga tidak serta-merta menaikkan harga produk, melainkan menjual produk dengan harga tetap karena menurut Kober Mie Setan kenaikan harga cabai memang membuat laba menjadi berkurang, tetapi kenaikan harga cabai itu bersifat sementara. Kober Mie Setan juga sudah memiliki pemasok cabai tersendiri sehingga berbagai kendala mengenai kenaikan harga cabai dapat teratasi dengan baik. Se jauh ini konsumen menilai kisaran harga yang ditetapkan oleh Kober Mie Setan sudah sesuai dan harganya terjangkau bagi kalangan pelajar, mahasiswa atau keluarga. Harga sesuai dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang ditawarkan.

Strategi promosi merupakan kegiatan persuasif suatu bisnis untuk memperkenalkan produk atau jasa dengan berbagai macam cara promosi yang bertujuan agar produk atau jasa tersebut dikenal masyarakat. Strategi promosi sangat penting dilakukan oleh suatu bisnis. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Tjiptono (2000:219) promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran yang berupa aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, atau membujuk, dan mengingatkan pasar atas perusahaan atau produknya yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Pada awal Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember dibuka, tepatnya pada tanggal 20 Agustus 2014. Kober Mie Setan sebelumnya sudah membagikan kupon sejumlah 700 kupon makan gratis dan disebar di sejumlah kampus dan sekolah terdekat. Hal ini dilakukan agar Kober Mie Setan lebih dikenal masyarakat. Tanggapan konsumen mengenai berbagai promosi yang dilakukan Kober Mie Setan sangat positif dan bisa diterima dengan baik. Hal ini terbukti dengan cara promosi yang sifatnya sederhana dan umum di mata masyarakat tetapi dapat meningkatkan volume penjualan produk.

Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember memperkenalkan produknya melalui berbagai macam cara agar dikenal masyarakat luas, diantaranya melalui dunia maya atau internet *website*; @koberbar.com, situs jejaring sosial seperti *facebook*: kober mi setan, dan *twitter*: @kobermiesetan. Promosi melalui internet merupakan hal yang sangat tepat, selain murah promosi

melalui internet juga bisa menjangkau semua kalangan masyarakat dimanapun tempatnya.

Selain melakukan promosi melalui *internet*, Kober Mie Setan juga aktif mengikuti *event-event* tertentu dalam memperkenalkan produknya, misalnya pada *event jember colour run*, dan berbagai macam event yang diselenggarakan oleh kampus misalnya yang bertujuan menarik minat konsumen. Promosi melalui (*gethuk tular*) hal tersebut juga sangat membantu, promosi seperti ini adalah ajang promosi yang tidak sengaja yang dilakukan oleh konsumen yang sudah membeli produk Kober Mie Setan dan mereka membicarakan produk kepada orang lain tentang Kober Mie Setan sehingga konsumen baru tertarik untuk datang ke tempat kami. Promosi seperti ini sangat membantu dalam proses pemasaran produk Kober Mie Setan selain untuk meningkatkan jumlah konsumen juga meningkatkan laba.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat diketahui bahwa konsumen awalnya melihat Kober Mie Setan seperti outlet yang menjual produk sejenis, namun semakin lama produk yang ditawarkan oleh Kober Mie Setan berbeda dan semakin bervariasi, sehingga membuat konsumen percaya dengan produk usaha kuliner Kober Mie Setan. Dengan demikian kepuasan konsumen yang dirasakan dapat menjadi keunggulan tersendiri oleh Kober Mie Setan, sehingga Kober Mie Setan menjadi perusahaan yang unggul dibandingkan usaha kuliner lain.

PENUTUP

Kesimpulan

Kober Mie Setan merupakan usaha kuliner dengan sistem kemitraan usaha atau bagi hasil antara pemilik Kober Mie Setan pusat dan investor area Jember. Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember merupakan usaha kuliner yang menerapkan strategi pemasaran diantaranya, strategi produk, strategi tempat, strategi harga dan strategi promosi.

Strategi produk dalam Kober Mie Setan yaitu melakukan variasi dan inovasi produk dari masa ke masa dengan menambah produk baru untuk berkembangnya usaha, strategi tempat yaitu pemilihan tempat usaha berada di lokasi yang strategis, aman dan nyaman bagi konsumen, strategi harga merupakan penetapan harga dengan mempertimbangkan harga bahan baku, harga produk pesaing dan harga yang ditetapkan sesuai dengan target konsumen yang dituju yaitu kalangan pelajar, mahasiswa dan keluarga, dan Strategi promosi dilakukan pembagian kupon pada saat awal pembukaan Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember. Promosi melalui internet seperti *websitedan* situs jejaring sosial, selain itu promosi dilakukan dengan mengikuti *event-event* tertentu. Dan juga promosi melalui *gethuk tular* yang dilakukan oleh konsumen dengan konsumen baru lainnya.

Strategi pemasaran yang dilakukan tentunya memiliki hubungan timbal balik yang dirasakan oleh suatu usaha, hal ini terbukti dengan banyaknya konsumen yang begitu menggemari produk yang ditawarkan oleh Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember. Kepuasan konsumen menjadi tolak ukur yang utama yang menunjukkan keunggulan Kober Mie Setan dari outlet yang menjual produk sejenis lainnya.

Saran

Setelah melakukan penelitian ini, saran yang dapat digunakan oleh Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember adalah sebagai berikut:

- Inovasi produk hendaknya selalu ditambahkan untuk menghindari kejenuhan konsumen dengan produk yang sudah ada.
- Hendaknya proses penyajian hidangan lebih dipercepat, agar konsumen tidak lama menunggu.

- Hendaknya menambah akses free wi-fi agar konsumen lebih nyaman berada di Kober Mie Setan Jalan Karimata No.67 Kota Jember.

DAFTAR PUSTAKA

Assauri, Sofjan. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia. 2000. *Prinsip dan Dinamika Pemasaran*. Yogyakarta: J & J Learning.

Tjiptono, dkk. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.

Zeithaml, Valane dan Mary Jo Bitner. 2005. *Service Marketing Integrating Customer Fokus Across The Firm*. 2th Edition Frensicc Hall International In