

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
OMZET BISNIS PADA RESTORAN BATAK RESTO ARGANI
HOLONG DI BEKASI**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Pendidikan
Program D-IV (Sarjana Terapan) Manajemen dan Administrasi Logistik
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro**



Disusun oleh:

Nama : Ade Jordan Silalahi

NIM : 40011321650105

**PROGRAM STUDI D-IV (SARJANA TERAPAN)
MANAJEMEN DAN ADMINISTRASI LOGISTIK
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2025

MOTTO

"Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku."

(Filipi 4:13)

"That which does not kill us makes us stronger."

(Friedrich Nietzsche)

"I'm not a perfectionist, but I like to feel that things are done well. More important than that, I feel an endless need to learn, to improve, to evolve."

(Cristiano Ronaldo)

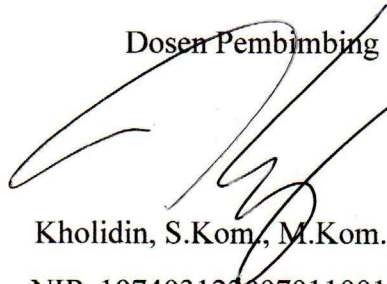
HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Judul : Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Omzet Bisnis
Pada Restoran Batak Resto Arga Ni Holong Di Bekasi
Nama : Ade Jordan Silalahi
NIM : 40011321650105
Program Studi : D-IV Manajemen dan Administrasi Logistik

Telah disetujui oleh dosen pembimbing sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Pendidikan D-IV (Sarjana Terapan) Manajemen dan Administrasi Logistik

Dosen Pembimbing



Kholidin, S.Kom., M.Kom.
NIP. 197403122007011001

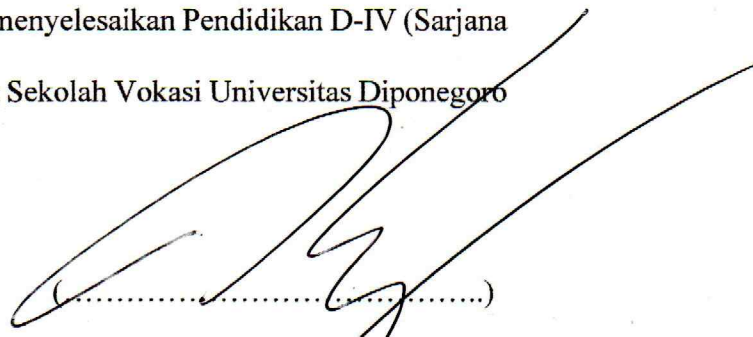
HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Omzet Bisnis
Pada Restoran Batak Resto Arga Ni Holong di Bekasi
Nama : Ade Jordan Silalahi
NIM : 40011321650105
Program Studi : D-IV Manajemen dan Administrasi Logistik

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan D-IV (Sarjana Terapan) Manajemen dan Administrasi Logistik Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

Dosen Pembimbing

Kholidin, S.Kom., M.Kom.
NIP. 197403122007011001



(.....)

Dosen Penguji 1

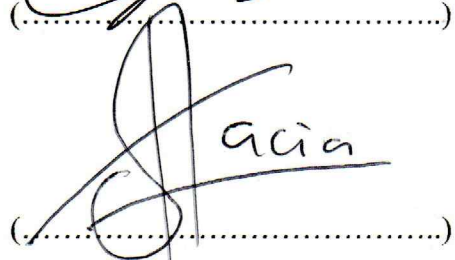
Dr. Nurul Imani Kurniawati S.E., M.M.
NIP. H.7.198510312018072001



(.....)

Dosen Penguji 2

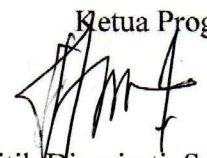
Stacia Reviany Mege S.E., M.S.M.
NIP. 199107092018072001



(.....)

Semarang, 14 Agustus 2025

Ketua Program Studi



Dr. Titik Djumiarti, S.Sos., M.Si
NIP 197009251994032001

SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Ade Jordan Silalahi
Nomor Induk Mahasiswa : 40011321650105
Tempat/Tanggal Lahir : Bogor, 8 Desember 2003
Program Studi : Manajemen dan Administrasi Logistik

Menyatakan bahwa dengan sesungguhnya karya ilmiah Tugas Akhir tersebut yang saya tulis dengan judul " Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Omzet Bisnis Pada Restoran Batak Resto Arga Ni Holong di Bekasi " adalah benar hasil karya tulisan saya pribadi, dan bukan dari hasil karya ilmiah orang lain atau menjiplak.

Apabila dikemudian hari karya ilmiah yang saya tuliskan terbukti bahwa bukan dari hasil karya ilmiah saya sendiri melainkan hasil menjiplak, maka saya sanggup menerima segala sanksi dan konsekuensi berupa pembatalan karya ilmiah sebagai akibat kecurangan yang telah saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguhnya dan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 14 Agustus 2025

Pembuat Pernyataan



Ade Jordan Silalahi
NIM.40011321650105

ABSTRAK

Di tengah persaingan industri kuliner yang ketat, UMKM seperti Resto Arga Ni Holong menghadapi tantangan dalam menstabilkan pendapatan harian. Restoran etnis Batak ini mengalami ketimpangan omzet signifikan antara akhir pekan yang ramai dan hari kerja yang sepi, yang menghambat pertumbuhan bisnisnya secara keseluruhan. Penelitian ini bertujuan merumuskan business plan komprehensif untuk meningkatkan omzet secara keseluruhan dengan fokus strategis mengatasi rendahnya pendapatan hari kerja. Menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan kerangka analisis SWOT, STP, dan Bauran Pemasaran (7P), penelitian ini mengidentifikasi paradoks utama, yaitu kekuatan superior pada produk yang khas dan fasilitas fisik yang unik tidak diimbangi oleh strategi promosi yang sangat lemah dan pasif. Sebagai solusi, dirancang sebuah business plan yang mentransformasi pemasaran menjadi proaktif dan terstruktur. Strategi inti ini mencakup rebranding, penargetan segmen baru yang potensial seperti korporat dan milenial, pengembangan produk relevan seperti paket makan siang, implementasi promosi digital yang agresif, serta peluncuran program loyalitas untuk meningkatkan retensi pelanggan. Analisis kelayakan keuangan menunjukkan bahwa strategi yang diusulkan sangat profitabel sehingga dinilai efektif untuk menciptakan pertumbuhan omzet yang lebih seimbang dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Omzet Bisnis, Business Plan, Pemasaran Digital.

ABSTRACT

Amidst the tight competition in the culinary industry, SMEs like Resto Arga Ni Holong face challenges in stabilizing daily revenue. This ethnic Batak restaurant experiences a significant turnover disparity between busy weekends and slow weekdays, which hinders its overall business growth. This research aims to formulate a comprehensive business plan to increase overall turnover, with a strategic focus on overcoming low weekday revenue. Using a qualitative descriptive method with SWOT, STP, and the 7P Marketing Mix as analytical frameworks, this study identifies a key paradox: superior strengths in authentic products and unique physical facilities are not matched by a very weak and passive promotional strategy. As a solution, a business plan was designed that transforms marketing to be proactive and structured. This core strategy includes rebranding, targeting new potential segments such as corporate and millennials, developing relevant products like lunch packages, implementing aggressive digital promotion, and launching a loyalty program to improve customer retention. The financial feasibility analysis shows that the proposed strategy is highly profitable, making it an effective strategy for creating more balanced and sustainable turnover growth.

Keywords: *Marketing Strategy, Business Turnover, Business Plan, Digital Marketing.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat, rahmat, dan penyertaan-Nya yang tak terhingga, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Omzet Bisnis Pada Restoran Batak Resto Arga Ni Holong di Bekasi” dengan baik dan tepat waktu. Tugas Akhir ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar sarjana terapan pada Program Studi Manajemen Dan Administrasi Logistik Fakultas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro. Penulis menyadari bahwa penyusunan Tugas Akhir ini tidak akan terwujud tanpa adanya bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada:

1. Prof. Dr. Suharnomo, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk pembuatan penulisan tugas akhir ini.
2. Prof. Dr. Ir. Budiyo, M.Si. selaku Dekan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro beserta para Pembantu Dekan dan Stafnya.
3. Dr. Titik Djumiarti, S.Sos., M.Si. selaku ketua Program Studi Manajemen dan Administrasi Logistik Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro Semarang
4. Kholidin, S.Kom., M.Kom. selaku dosen wali dan dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dari awal sampai akhir, meluangkan waktu, memberikan bimbingan, masukan, arahan, dan motivasi demi terwujudnya. Tugas Akhir ini dalam belajar di Program Studi Manajemen dan Administrasi Logistik Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.

5. Seluruh dosen Program Studi Manajemen dan Administrasi Logistik Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro atas segala ilmu yang diberikan.
6. Kedua orang tua tercinta, Walter Silalahi dan Merry Evi Liestary atas kasih sayang dan doa. Bimbingan serta dukungan yang tak pernah terputus kepada penulis.
7. Adik saya Kaylla Rotua Argananda Silalahi yang telah memberikan saya dukungan dan semangat tanpa henti untuk keberhasilan saya.
8. Seluruh teman-teman Manajemen dan Administrasi Logistik angkatan 2021 terima kasih atas kebersamaan kita selama ini.

DAFTAR ISI

MOTTO.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Kegunaan Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Kajian Teori	11
2.1.1. Manajemen Strategi	11
2.1.2. Pemasaran Modern (Kotler & Keller)	13
2.1.3. Strategi Pemasaran	17
2.1.4. Omzet Bisnis	22
2.1.5. Business Plan.....	25
2.1.6. SWOT.....	28
2.1.7. Promotion Mix.....	31

2.1.8. Digital Marketing	33
2.1.9. AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)	35
2.1.10. Loyalty Program	37
2.2. Kajian Penelitian Terdahulu	39
2.3. Alur Kerangka Penelitian	53
BAB III METODE PENELITIAN	54
3.1. Studi Penelitian	54
3.2. Fokus dan Lokus Penelitian	54
3.3. Sumber Data dan Periode Data	55
3.4. Teknik Pengumpulan Data	55
BAB IV ANALISIS & PEMBAHASAN	57
4.1. Profil Usaha	57
4.1.1. Gambaran Umum Restoran Arga Ni Holong	57
4.1.2. Visi dan Misi	59
4.2. Analisis Lingkungan Bisnis	60
4.2.1. Analisis Lingkungan Internal	60
4.2.2. Analisis Lingkungan Eksternal	88
4.2.3. Analisis Pesaing	95
4.2.4. Analisis SWOT	98
4.3. Analisis Kelayakan Usaha	101
4.3.1. Aspek Hukum	101
4.3.2. Aspek Pasar dan Pemasaran	104
4.3.3. Aspek Operasional	104
4.3.4. Aspek Keuangan	106
4.4. Detail Business Plan	113
4.4.1. Rencana Pemasaran	113
4.4.2. Rencana Operasional	128
4.4.3. Rencana Keuangan	134
BAB V	140
5.1. Kesimpulan	140
5.2. Saran	141

DAFTAR PUSTAKA	143
LAMPIRAN	148

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pendapatan Kotor/Omzet Resto Arga Ni Holong Tahun 2024	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	46
Tabel 4.1 Daftar Menu Resto Arga Ni Holong	68
Tabel 4.2 Daftar Paket Menu Makanan Acara	70
Tabel 4.3 Daftar Paket Makanan Menu Satuan (Untuk Penggunaan Ruangan Khusus).....	71
Tabel 4.4 Modal Investasi Awal Resto Arga Ni Holong.....	84
Tabel 4.5 Laporan laba rugi resto Arga Ni Holong setahun terakhir	85
Tabel 4.6 Pendapatan segmen Acara dan segmen Pelanggan Reguler.....	86
Tabel 4.7 Jumlah pelanggan dalam segmen pelanggan reguler	87
Tabel 4.8. Analisis Lanskap Kompetitif Restoran Batak di Area Bekasi	96
Tabel 4.9 Analisis Matrik SWOT.....	100
Tabel 4.10 Rincian Modal Investasi Awal	106
Tabel 4.11 Kinerja keuangan Resto Arga Ni Holong setahun terakhir	107
Tabel 4.12 Perhitungan margin kontribusi	110
Tabel 4.13 Asumsi Peningkatan Omzet dan Laba Kotor Pelanggan Reguler	111
Tabel 4.14 Perhitungan ROMI Berdasarkan Asumsi	111
Tabel 4.15 Alokasi Anggaran Pemasaran Bulanan	127
Tabel 4.16 Dasbor Indikator Kinerja Utama (KPI) Pemasaran.....	127
Tabel 4.17 Proyeksi Laba Rugi 12 Bulan.....	136
Tabel 4.18. Ringkasan Analisis Sensitivitas & Return on Marketing Investment (ROMI)	138

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Perbandingan Pendapatan Kotor Resto Arga Ni Holong pada <i>Weekday</i> dan <i>Weekend</i> Tahun 2024	5
Gambar 2.1 Alur Pikir Penelitian	53
Gambar 4.1 Lokasi Resto Arga Ni Holong	57
Gambar 4.2 Logo Resto Arga Ni Holong.....	57
Gambar 4.3 Struktur Organisasi	62
Gambar 4.4 Tampak Luar Bangunan Resto	73
Gambar 4.5 Aktivitas di Lantai Satu, Segmen “Pelanggan Reguler”	74
Gambar 4.6 Pelaksanaan Acara di Lantai Dua	74
Gambar 4.7 Acara Ulang Tahun di Lantai Tiga	75
Gambar 4.8 Acara di Lantai Empat	76
Gambar 4.9 Instagram dan aktivitas pemasaran Resto Arga Ni Holong.....	77
Gambar 4.10 Interior di Lantai Dua	80
Gambar 4.11 Berita Acara Peninjauan Lapangan	102

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Hasil Wawancara dengan Owner Restoran	148
Lampiran 2. Surat Pernyataan Bebas Plagiasi	151
Lampiran 3. Surat Permohonan Izin Penelitian	152
Lampiran 4. Biodata Penulis	153
Lampiran 5. Aktivitas segmen “pelanggan reguler”	154
Lampiran 6. Aktivitas segmen “acara”	155
Lampiran 7. Fasilitas Arga Ni Holong	156