

ABSTRAK

Pemasaran Jasa merupakan suatu sistem dari keseluruhan kegiatan – kegiatan yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosika, dan mendistribusikan jasa yang memuaskan kebutuhan dan keinginan individu dan organisasi dengan cara menciptakan, menawarkan dan keinginan individu dan organisasi yang bernilai dengan pihak lain. Berhasil atau tidaknya pemasaran yang dilakukan sebuah perusahaan dapat diperhatikan dengan mengetahui pandangan dan penilaian yang diberikan konsumen atas pemasaran jasa yang dilakukan perusahaan saat ini, sehingga perusahaan dapat memperhatikan strategi pemasaran jasanya. Oleh karena itu suatu perusahaan perlu melakukan penilaian terhadap strategi pemasaran jasanya untuk dapat meningkatkan citra perusahaan tersebut dimata konsumen. Sedangkan judul yang diambil penulis dalam penelitian ini adalah : “ Tinjauan Pelaksanaan Strategi Pemasaran Jasa Pada Hartz Chicken Buffet Restoran “

Adapun metode yang digunakan penulis dalam mengumpulkan data Laporan Tugas Akhir ini adalah metode deskriptif, yaitu suatu metode yang mendeskripsikan apa – apa yang saat ini berlaku, dan didalamnya terdapat upaya mendeskripsikan, menganalisis, dan menginterpretasikan kondisi – kondisi yang sedang terjadi, dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi keperustakaan (Library Research) dan studi lapangan (Field Research). Berdasarkan penelitian yang dilakukan pelaksanaan strategi pemasaran jasa pada Hartz Chicken Buffet Restoran berusaha menjadi yang terbaik dalam pelayanannya, disertai dengan strategi pemasaran jasa yang terdiri dari menyediakan variasi produk, makan dan minum sepuasnya hanya dengan satu harga, menyediakan tempat yang nyaman dan cukup mudah untuk dijangkau, bekerjasama dengan media – media publikasi, memiliki SDM dan tenaga ahli yang berkualitas, memiliki fasilitas fisik dan pendukung yang cukup lengkap dan proses pembuatan dan penyajian makanan dan minuman yang baik

Dengan kendala – kendala yang menghambat yaitu jenis minuman yang kurang lengkap, harganya cukup mahal, berada di daerah yang masyarakatnya konsumtif sehingga banyak pesaing, biaya promosi yang terbatas, program marketing yang kurang communicativ, lahan parkir untuk motor dan perawatan peralatan yang kurang baik, dan banyaknya konsumen yang tidak mencicipi makanan yang sudah diambalnya. Solusi untuk mengatasinya adalah, menambah jenis minuman, memberikan pelayanan dan produk yang berkualitas agar konsumen tidak terlalu terpengaruh dengan harga yang cukup mahal, melakukan berbagai macam strategi persaingan, melakukan pelayanan sebaik mungkin agar konsumen lama tetap senang dan dengan harapan mau mengajak konsumen yang baru (promosi dari mulut – kemukut), merubah program – program yang kurang comunicativ, menambah lahan parkir untuk motor dan menyediakan tenaga perawat peralatan, dan mengenakan cas atau denda untuk konsumen yang banyak menyisakan makanannya.

Adapun saran yang diberikan penulis agar perusahaan dapat terus mempertahankan reputasinya adalah, Hartz Chicken Buffet Restoran harus tetap mempertahankan citra yang baik mengenai produk, jasa, tempat, karyawan dan desain bangunan yang ada, harus bias meyakinkan konsumen bahwa harga yang cukup mahal sesuai dengan kualitas produk dan jasa yang diberikan, berusaha menjaga hubungan baik dengan konsumen dan menampung keluhan saran dan kritik

konsumen, mengadakan program promosi yang lebih gencar, melakukan pemantuan dengan mengikuti perkembangan mengenai hal – hal yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen dimasa yang akan datang, lebih selektif dalam merancang dan merencanakan program – program marketing.

