

**IMPLEMENTASI STRATEGI PERMINTAAN SELEKTIF
DI PT AEROFOOD ACS BANDUNG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam mengikuti

Sidang Skripsi Program Strata-1



Disusun oleh:

SEKARNINGRUM HIDAYAH

NIM: 201721946

**PROGRAM STUDI AKOMODASI DAN KATERING
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG**

2021

LEMBAR PENGESAHAN
IMPLEMENTASI STRATEGI PERMINTAAN SELEKTIF
DI PT AEROFOOD ACS BANDUNG

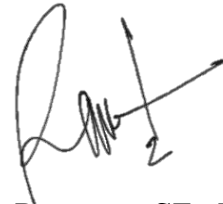
NAMA : SEKARNINGRUM HIDAYAH
NIM : 201721946
PROGRAM STUDI : STUDI AKOMODASI DAN KATERING

Pembimbing I,



Haryadi Darmawan, Dr., A.Par., MM.
NIP. 19711225 199803 1 001

Pembimbing II,



Rusna Purnama, SE., MM
NIP. 19780415 201101 1 006

Bandung, 3 September 2021

Menyetujui,
Kabag Administrasi Akademik dan
Kemahasiswaan

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc.
NIP. 197105061998031001

Menyetujui,
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung

Faisal, MM.Par., CHE
NIP. 197105061998031001

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Sekarningrum Hidayah
Tempat/Tanggal Lahir : Bekasi, 04 Juli 1999
NIM : 201721946
Program Studi : Studi Akomodasi dan Katering

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul “**Implementasi Strategi Permintaan Selektif di PT Aerofood ACS Bandung**” ini merupakan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari tim pembimbing.
2. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 3 September 2021
Yang membuat pernyataan,

Sekarningrum Hidayah
NIM. 201721946

ABSTRAK

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki keindahan alam dan budaya yang melimpah yang mana dapat memajukan sektor pariwisata. Salah satu jenis usaha yang berpengaruh terhadap kegiatan wisata di Indonesia adalah jasa transportasi wisata seperti pesawat. Dikarenakan adanya pandemi Covid-19, membuat kegiatan penerbangan menjadi menurun. Hal ini tentunya juga berpengaruh terhadap salah satu stakeholder penerbangan yaitu *inflight catering*. Salah satu perusahaan *inflight catering* yang merasakan dampaknya adalah PT Aerofood ACS Bandung yang mana merupakan kantor unit dari anak perusahaan Aerowisata dan berada di bawah naungan Garuda Indonesia Group.

Dengan adanya kasus tersebut, PT Aerofood ACS Bandung melakukan perluasan pangsa pasar ke tahap *industrial catering* dan *retail*. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang diimplementasikan oleh PT Aerofood ACS Bandung dengan memperhatikan 3 dimensi strategi permintaan selektif, yaitu memperluas pasar yang dilayani, merebut pelanggan dari pesaing, dan mempertahankan atau meningkatkan permintaan dari pelanggan saat ini. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif untuk memahami dan menggambarkan keadaan atau fenomena mengenai implementasi strategi permintaan selektif di PT Aerofood ACS Bandung.

Hasil penelitian ini didapatkan bahwa PT Aerofood ACS Bandung telah mengimplementasikan strategi permintaan selektif dengan menerapkan ketiga dimensi tersebut, walaupun saat ini terdapat beberapa indikator yang belum terlaksana secara maksimal seperti perluasan distribusi, *benefit/attribute positioning*, dan produk komplementer.

Kata Kunci: Strategi pemasaran, Permintaan selektif, Inflight catering

ABSTRACT

Indonesia is a country that has abundant natural and cultural beauty that can advance the tourism sector. One type of business that affects tourism activities in Indonesia is tourism transportation services such as airplanes. Due to the Covid-19 pandemic, flight activities have decreased which also affects one of the aviation stakeholders, inflight catering. One of the inflight catering companies that felt the impact was PT Aerofood ACS Bandung, which is the unit office of the Aerowisata subsidiary and is under the auspices of the Garuda Indonesia Group.

Due to this case, PT Aerofood ACS Bandung expands the market share to industrial catering and retail. Therefore, this study aims to determine the strategy implemented by PT Aerofood ACS Bandung through 3 dimensions of the selective demand strategy with expanding the market served, seizing customers from competitors, and maintaining or increasing demand from current customers. The method used is descriptive qualitative to understand and describe the situation or phenomenon regarding the implementation of the selective demand strategy at PT Aerofood ACS Bandung.

The results of this study found that PT Aerofood ACS Bandung has implemented a selective demand strategy by applying these three dimensions, although currently several indicators have not been implemented optimally such as distribution expansion, positioning benefits/attributes, and complementary products.

Keywords: Marketing strategy, selective demand, in-flight catering

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur peneliti panjat kan kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya skripsi dengan judul "IMPLEMENTASI STRATEGI PERMINTAAN SELEKTIF DI PT AEROFOOD ACS BANDUNG" dapat diselesaikan. Peneliti menyampaikan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membenikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini, kepada:

1. Bapak Faisal, MM.Par., CHE. Selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung
2. Bapak Edison, S.Sos. MM. selaku Ketua Jurusan Perhotelan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung
3. Ibu Siti Yulia Irani Nugraha.. S.E.. MM.Par. Selaku ketua Program Studi Akomodasi dan Katering
4. Bapak Haryadi Darmawan, Dr., A. Par., MM selaku dosen pembimbing I
5. Bapak Rusna Purnana, SE., MM selaku dosen pembimbing II
6. Bapak/Ibu Dosen khususnya dosen Program Studi Akomodasi dan Katering
7. Bapak Melvin Septa Osman, S.E selaku General Manager PT Aerofood ACS Bandung
8. Bapak Nanda Novrialdi, S.E selaku Accounting and Finance Manager PT Aerofood ACS Bandung
9. Bapak Ali Reza Assegaf, S.Ab selaku Head of Customer Service and Marketing Officer PT Aerofood ACS Bandung
10. Ibu Aprilia Nurhanifah, S.Par selaku Customer Service and Marketing Officer PT Aerofood ACS Bandung
11. Bapak Alda Buntaran Putra, S.H selaku Customer Service and Marketing

Officer PT Aerofood ACS Bandung

12. Seluruh Staf PT Aerofood ACS Bandung
13. Seluruh rekan Studi Akomodasi dan Katering 2017
14. Seluruh rekan Ikatan Keluarga Mahasiswa Muslim STP NHI Bandung
15. Pihak-pihak terkait yang telah mendukung serta membantu dalam penyusunan penelitian skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan untuk memperbaiki skripsi ini, semoga penelitian ini dapat berkontribusi dan bermanfaat. Akhir kata peneliti ucapkan terima kasih.

Bandung, 3 September 2021

Sekarningrum Hidayah

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Batasan Penelitian	11
E. Manfaat Penelitian	11
BAB II	13
A. Kajian Teori	13
B. Penelitian Terdahulu	25
C. Kerangka Pemikiran	28
BAB III	29
A. Rancangan Penelitian	29
B. Partisipan dan Tempat Penelitian	31
C. Pengumpulan Data	32
D. Analisis Data	36
E. Rencana Pengujian Keabsahan Data	38
F. Jadwal Penelitian	40
BAB IV	42
A. Profil Partisipan	42
B. Hasil Penelitian	43
1. Dimensi Memperluas Pasar Yang Dilayani	43
2. Dimensi Merebut Pelanggan Dari Pesaing	54

3. Dimensi Mempertahankan Atau Meningkatkan Permintaan Berbasis Pelanggan.....	59
C. Analisis Penelitian.....	67
1. Dimensi Memperluas Pasar Yang Dilayani	67
2. Dimensi Merebut Pelanggan Dari Pesaing.....	69
3. Dimensi Mempertahankan Atau Meningkatkan Permintaan Berbasis Pelanggan.....	71
BAB V.....	75
A. Simpulan	75
B. Implikasi.....	77
C. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1. AREA LAYANAN INFLIGHT CATERING PT AEROFOOD ACS.....	4
GAMBAR 2. PROFIL INFLIGHT CATERING PT AEROFOOD ACS BANDUNG.....	5
GAMBAR 3. KERANGKA PEMIKIRAN	28
GAMBAR 4. CONTOH KATALOG NICHE MARKET PRODUCT	59

DAFTAR TABEL

TABEL 1. DAFTAR INFLIGHT CATERING PT AEROFOOD ACS BANDUNG 2020	
TABEL 2. DAFTAR INDUSTRIAL CATERING PT AEROFOOD ACS BANDUNG 2020	7
TABEL 3. DAFTAR PENJUALAN RETAIL PT AEROFOOD ACS BANDUNG 2020.	8
TABEL 4. STRATEGI PERMINTAAN SELEKTIF	14
TABEL 5. DIMENSI MEMPERLUAS PASAR YANG DILAYANI	15
TABEL 6. DIMENSI MEREbut PELANGGAN DARI PESAING	18
TABEL 7. DIMENSI MEMPertAHANKAN ATAU MENINGKATKAN PERMINTAAN BERBASIS PELANGGAN	21
TABEL 8. PENELITIAN TERDAHULU	25
TABEL 9. DAFTAR INFORMAN WAWANCARA	34
TABEL 10. JADWAL PENELITIAN	40
TABEL 11. PROFIL INFORMAN	42
TABEL 12. PAKET PRODUK PT AEROFOOD ACS	47
TABEL 13. MENU FLY WITH MEAL	50
TABEL 14. MENU NEW NORMAL MEALS	51
TABEL 15. RETAIL JUZ UP	52
TABEL 16. RETAIL TOAST BREAD SELECTION	52
TABEL 17. HASIL ANALISIS	73

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL	82
LAMPIRAN 2. PEDOMAN WAWANCARA	83
LAMPIRAN 3. TRANSKRIP WAWANCARA 1	84
LAMPIRAN 4. TRANSKRIP WAWANCARA 2	89
LAMPIRAN 5. CONTOH BROSUR INDUSTRIAL CATERING	94
LAMPIRAN 6. BROSUR PRODUK JUZ UP	95
LAMPIRAN 7. CONTOH PRODUK PERLUASAN LINI PRODUK SAMA HARGA	96
LAMPIRAN 8. CONTOH BROSUR NICHE MARKET PRODUCT	96
LAMPIRAN 9. CONTOH BROSUR BUNDLING PACKAGE	97
LAMPIRAN 10. CONTOH PRODUK BUNDLING PACKAGE	98
LAMPIRAN 11. SERTIFIKAT HALAL	99
LAMPIRAN 12. SERTIFIKAT LAIK HYGIENE SANITASI JASABOGA	100
LAMPIRAN 13. SERTIFIKAT ISO	101
LAMPIRAN 14. LAPORAN PENGIRIMAN VIA GROUP	102
LAMPIRAN 15. SURAT IZIN LOKUS PENELITIAN	103
LAMPIRAN 16. HASIL TURNITIN	104
LAMPIRAN 17. SURAT PERSETUJUAN SIDANG	105
LAMPIRAN 18. SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN ..	106
LAMPIRAN 19. SURAT PERNYATAAN MEMBER CHECK (GM).....	107
LAMPIRAN 20. SURAT PERNYATAAN MEMBER CHECK (AFM)	108
LAMPIRAN 21. SURAT PERNYATAAN MEMBER CHECK (CSM 1).....	109
LAMPIRAN 22. SURAT PERNYATAAN MEMBER CHECK (CSM 2).....	110
LAMPIRAN 23. SURAT PERNYATAAN MEMBER CHECK (CSM 3).....	111
LAMPIRAN 24. BIODATA PENELITI	112

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Ahmadi, R. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Arruzz Media.
- Arsini. (2020). *Internalisasi Nilai Pendidikan Karakter Hindu Pada Anak Usia Dini*. Denpasar: Yayasan Ghandi Puri.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Fathoni, A. (2011). *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fitrah, M., & Luthfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian, Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV. Jejak.
- Hartono, J. (2018). *Strategi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- McDaniel, C., & Gates, R. (2015). *Marketing Research (10th Edition)*. West Sussex: John Wiley & Sons Ltd.
- Moleong, L. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books.
- Rangkuti, F. (2013). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Rukin. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendikia Indonesia.
- Santoso, T. (2011). *Marketing Strategic*. Jakarta: Oryza.
- Solihin, R. (2019). *Digital Marketing Di Era 4.0*. Yogyakarta: Quadrant.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Ed. Setiyawami. Bandung: Alfabeta.
- Supriyanti. (2011). *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia*. Malang: UIN Maliki Press.
- Tampubolon, M. P. (2014). *Manajemen Operasi & Rantai Pemasok*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Tohirin. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Utarini. (2020). *Tak Kenal Maka Tak Sayang, Penelitian Kualitatif Pelayanan Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Widoyoko, E. P. (2014). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.