

BAB III

PASTA KITCHEN SOLO BARU

A. GAMBARAN UMUM PASTA KITCHEN

A.3.1. Data Perusahaan

Nama Perusahaan	: Pasta Kitchen
Pengelola	: Melisa Agustin
Posisi Restaurant	: Sedang Berkembang
Produk yang dipasarkan	: Insalatta-Mediterranea, Potato-and-Egg-Salad, Aglio-Olio, Al-Quattro-Formaggi, Tagliatelle-Bolognese, v-Alfredo, v-Housemade-Meatballs, Baked-Potato, Chicken-Parmesan, Veal-Parmesan.
Lokasi Perusahaan	: Hartono Mall Jl. Raya Solo Baru Madegondo, Sukoharjo

A.3.2. Sejarah Perusahaan

Pasta Kitchen adalah sebuah nama dari produk menu masakan itali ala pasta kitchen yang di jual di Restaurant Hartono Mall Jl. Raya Solo Baru Madegondo, Sukoharjo. Kini telah hadir menyajikan menu masakan itali ala pasta kitchen merupakan cabang pertama pasta kitchen di Solo. Dengan membidik segmen anak muda hingga keluarga.

pasta kitchen memberi nuansa yang berbeda, Memasuki restaurant nuansa khas Italian terasa sangat kental romantic, unik, homy. beautiful and comfortable. Seluruh dinding dan ornamen bergaya Italian rustic yang di modifikasi dengan gaya visual retro modern memberikan aura yang sangat kuat. Dinding restaurant yang dihias dengan wallpaper berwarna merah, oranye dan hijau klasik. Ornament jendela kecil dan tembok bata putih menambah nuansa klasik di restaurant yang seluas 26 meter persegi dengan daya tampung 30 sampai 35 orang.

Menu makanan itali ini sudah familiar di lidah masyarakat kota solo. Peminat pasta juga terus tumbuh meski harus di sesuaikan dengan selera rasa Indonesia. Asumsi itu yang membuatnya merealisasikan pasta kitchen.

Pasta kitchen berada di lantai upper ground (UG) A07 Hartono Lifestyle Mall dan sudah melakukan soft launching. Selama kurang lebih 9 bulan animo dari masyarakat cukup baik dan cukup banyak dari kalangan anak muda yang berkunjung untuk menikmati aneka menu yang tersedia.

Pasta kitchen menawarkan dua menu utama yaitu pasta dan klasikal menu pasta yang menjadi unggulan restaurant ini seperti Pasta salmon dan Alquarto formaji.

Menu pasta yang ditawarkan ada 10 hingga 12 jenis, sedangkan klasik menu terdiri dari menu Steak dan Salad. Harga makanan di restaurant ini di banderol dengan harga Rp 18.000 hingga Rp 37.000 per porsi. Gerai pasta yang mencoba memberikan nuansa berbeda bagi para pecinta kuliner, mulai dari rasa, variasi menu, sampai suasana yang unik dan homy. Uncle Luigi (Paman Louis) sang pemilik dapur membuka Pasta Kitchen di Hartono Mall

A.3.3. Potensi Restaurant

Sejak dibuka pada Bulan Desember Tahun 2012 sampe saat ini Pasta Kitchen setidaknya mempunyai peralatan dapur yang layak untuk proses pembuatan aneka menu masakan pasta, dan memiliki tenaga-tenaga yang ahli dalam bidang memasak di dapur Uncle Luigi dengan jumlah 11 pegawai, dan sudah terbukti menghasilkan masakan yang berkualitas sesuai dengan menu pasta yang siap di hidangkan bersama Uncle Luigi.

A.3.4. Upaya Meningkatkan Konsumen

Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan konsumen adalah selalu mengatur atau merencanakan konsep baru untuk kegiatan promos dan

B. DATA PERODUK

B.3.1. Jenis Produk

Peroduk Makanan ringan yang Terdiri dari beberapa menu Pasta ala italian yang ditawarkan ada 10 hingga 28 jenis dan klasik menu terdiri dari menu Steak dan Salad. Dan berbagai Minuman Fresh Mix yang telah disediakan.

B.3.2. Nama Merek

Peroduk yang di sajikan menggunakan merek atau nama Pasta Kitchen, sesuai dengan nama dan masakan tersebut telah diberi logo Uncle Luigi sang pemilik dapur.

B.3.3. Spesifikasi Produk

Pasta bahan pangan yang berasal dari Italia dan sering digunakan pada masakan khas Italia (italian food). Karena begitu terkenalnya sampai-sampai Italia dikenal sebagai negeri Pasta, Persis seperti Rendang yang identik dengan Padang atau Mpek-mpek yang identik dengan Palembang. Strand pasta adalah pasta yang sudah banyak dikenal dikalangan masyarakat dunia dan yang paling terkenal dalam jenis strand pasta ini adalah Spagheti Stuffed pasta lebih sering ditemukan di restoran khusus pasta. Stuffed Pasta biasanya di isi dengan berbagai macam filling seperti daging, keju, makanan laut, dan ataupun sayuran segar.

Produk utama yang ada di Restaurant Pasta Kitchen :

b.3.3.a. Pasta

1. Tagliatelle-Bolognese : *Fresh Pasta With Classic Meat Sauce*. Mempunyai rasa yang segar dengan saus italia yang klasik.
2. Al-Quattro-Formaggi : *Tossed with Parmen, Edam, Cheddar and Mozzarella cheese sauce*. Pasta dengan saus yang terdiri dari empat jenis keju yang berbeda yang kaya akan kalsium.
3. V-Housemade-Meatballs : *Slowly Simmered Marinara & Shaved Parmesan*. Pasta dengan saus marinara dan bola daging dan taburan keju parmesan.
4. V-Alfredo : *Tossed in chicken chunk and champignon mushroom cream sauce blended with Parmesan cheese*. Pasta disajikan dengan saus krim dan daging ayam serta tumisan jamur, ditambah taburan keju parmesan.
5. Aglio-Olio : *Pasta toasted with garlic, red pepper, and olive oil*. Pasta ditumis dengan olive oil, bawang putih, dan cabai merah.

b.3.3.b. Insalate e Zuppe

1. Insalatta-Mediterranea : *Mix lettuce, black olives, cucumbers, onions, olive oil, tomatoes topped parmesan cheese with Italian dressing.* Campuran selada, buah zaitun, ketimun, bawang bombay, tomat dengan taburan keju pammersan ala italia.
2. Potato-and-Egg-Salad : *Perfect mix between potato and egg with homemade delicious dressing.* Kombinasi sempurna kentang dan telur dengan saus rumahan ala Pasta Kitchen.

b.3.3.c. Piatta di Classico

1. Chicken-Parmesan : *Baked chicken breast with Housemade Mozzarella.* Dada ayam panggang dengan Mozzarella buatan Pasta kitchen.
2. Veal-Parmesan : *Baked with Housemade Mozzarella.* Daging has dalam sapi muda yang di panggang dengan Mozzarella buatan Pasta Kitchen.

B.3.4. Harga Produk

Harga-harga di setiap menu Pasta yang ada bervariasi mengikuti segmentasi target audiens-nya yang menengah sampai dengan menengah keatas. Harga-harga yang ditawarkan berkisar Rp 18.000,00 – 37.000,00 untuk menu Pasta dan steak. Untuk Anitisapasti mulai Rp 11.000,00 – 15.000,00 sesuai dengan kualitas yang di sajikan.

Untuk Harga minuman Fresh Mix juga bervariasi berkisar Rp 6.000,00 – 15.000,00 . untuk Milkshake, Desert, dan Coffee berkisar antara Rp 10.000,00 – 18.000,00 .

B.3.5. Target Audiens Produk

Target *audience* Pasta Kitchen membidik segmentasi menengah sampai dengan menengah keatas dan terutama untuk kalangan anak muda mudi.

B.3.6. Target Audiens

b.3.6.a. Target audiens merupakan turis domestik turis

mancanegara.

1. Pria dan wanita
2. 16-50 tahun
3. Golongan menengah dan menengah atas

4. Seluruh wilayah kota Surakarta
5. Luar kota Solo
6. Suka jalan-jalan dan belanja
7. Menyukai fariant menu Pasta ala Italian
8. Mengutamakan kualitas dan rasa

C. STRATEGI PEMASARAN

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Restaurant Pasta Kitchen adalah dengan promosi *word of mouth* membuat kuis lomba makan, masuk majalah, promo discount, dan sebar voucher discount ke sekolah-sekolah SMA.

D. VISI DAN MISI PERUSAHAAN

D.3.1. Visi dan Misi

Pada awal berdirinya, pasta kitchen memiliki visi yang ingin dicapai. Visi Pasta Kitchen yaitu mampu menjadi salah satu restaurant yang berhasil menggunakan konsep dapur yang merealisasikan suasana dapur rumahan, penuh keceriaan, kenyamanan, dan kekeluargaan di pagi hari.

Usaha yang dilakukan pasta kitchen guna mewujudkan visinya adalah menjalankan misinya. Misi tersebut diataranya sebagai berikut :

d.3.1.a. Penuh keceriaan: memberikan kegiatan- kegiatan dan suasana yang menyenangkan bagi customernya

d.3.1.b. Kenyamanan: memberikan pelayanan yang ramah, menciptakan nuansa rumahan di dalam resto

d.3.1.c. Kekeluargaan: memberikan pengalaman berbagi, baik dari segi rasa, pelayanan maupun pada sesama customer sehingga merasa memiliki keluarga ke dua.

E. ANALISA SEGMENTASI KONSUMEN

E.3.1. Segmentasi

Konsumen dari Pasta kitchen berasal dari semua jenis kelamin dan usia, dari segi finansial pelanggan mencakup kalangan menengah keatas.

E.3.2. Segmentasi psikologis

Konsumen dari pasta kitchen mayoritas banyak dari anak muda yang masih kuliah maupun yang sudah berkarir, dan yang sudah berkeluarga. Hingga para wiraswastawan mereka memiliki kebiasaan yang berbeda-beda, dimana mereka mempunyai kecenderungan untuk mengkonsumsi jenis menu pasta yang telah ada.