



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 Page 11133-11143

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Strategi Pemasaran Pada RM Ayam Bakar Ma'lela dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen (Generasi Milenial) Menggunakan Analisis Marketing Mix dan SOAR

Cahya Putri Julyandaru<sup>1✉</sup>, Ady Tia Ramadhan<sup>2</sup>

Universitas Teknologi Digital

Email: [cahya10120771@digitechuniversity.ac.id](mailto:cahya10120771@digitechuniversity.ac.id)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas strategi pemasaran yang digunakan oleh RM Ayam Bakar Ma'lela dalam meningkatkan minat beli konsumen (generasi milenial) menggunakan analisis Marketing Mix serta memberi usulan strategi melalui Analisis SOAR. Dengan memahami karakteristik pasar generasi milenial dan menyesuaikan strategi pemasaran marketing mix serta dengan kebutuhan mereka akan meningkatkan minat beli mereka terhadap produk Ayam Bakar Ma'lela. Variabel dalam penelitian ini bersifat independen dan bergantung pada sumber data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data meliputi teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa RM Ayam Bakar Ma'lela mengalami permasalahan dalam strategi pemasaran marketing mix, terutama dalam hal meningkatkan minat beli konsumen (generasi milenial). Faktor utama yang mempengaruhi ketidakstabilan minat beli konsumen (generasi milenial) adalah karena beberapa faktor marketing mix yang belum diperbaharui. Dalam upaya mengatasi dan meminimalisir resiko tersebut, peneliti mengusulkan penerapan metode Analisis SOAR untuk memaksimalkan strategi pemasaran dan meningkatkan kinerja secara keseluruhan.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Marketing Mix, Analisis SOAR*

## Abstract

This study aims to analyze the effectiveness of marketing mix marketing strategy analysis used by RM Ayam Bakar Ma'lela in increasing consumer buying interest (Millennial Generation) and providing strategy proposals through SOAR Analysis. By understanding the characteristics of the millennial generation market and adjusting the marketing mix marketing strategy and their needs, it will increase their buying interest in Ayam Bakar Ma'lela products. The research model is descriptive qualitative and focuses on the marketing strategy of RM Ayam Bakar Ma'lela. This variables in this research are the independent and depend on primary and secondary data sources/ data collection methods include interview, observation and documentation. Based on the research conducted. It shows that RM Ayam Bakar Ma'lela is experiencing problems in the marketing mix marketing strategy, especially it terms of increasing consumer buying interest (Millennial Generation). The main factor influencing the instability of consumer purchase interest (Millennial Generation) is due to several marketing mix factors that have not been update. In an effort to overcome and minimize these risks, this research proposes the application of the SOAR analysis method to optimize marketing strategies and improve overall performance.

Keywords: *Marketing Strategy, Marketing Mix, SOAR Analysis*

## PENDAHULUAN

Pasca pandemi banyak perusahaan di berbagai industri di Indonesia berupaya bangkit demi keberlanjutan di masa depan. Khususnya pada sektor makanan dan restoran yang mulai tumbuh seiring dengan pemulihan perekonomian. Hal ini bukan tanpa alasan, terlihat dari data Kementerian Perindustrian Republik Indonesia tahun 2022 yang menunjukkan adanya peningkatan pertumbuhan sektor restoran dan industri makanan sebesar 3.68 persen, angka yang meningkat 2,95% pada tahun 2021.

Selain industri kuliner, industri pariwisata juga dapat dimanfaatkan secara efektif untuk mengembangkan perekonomian suatu daerah. Berdasarkan data destinasi wisata di Bandung Barat, terdapat kurang lebih sebanyak 41 *spot* wisata alam di kawasan tersebut. Tak heran jika di kota kembang ini banyak tempat yang dimanfaatkan untuk mendirikan UMKM guna mendongkrak perekonomian. Terlihat dari data rumah makan di Bandung Barat yang dicatat Badan Pusat Statistik Bandung Barat pada tahun 2021, terdapat sekitar 164 rumah makan dan 152 restoran yang tersebar di berbagai wilayah di Bandung Barat. Hal ini menandakan bahwa wilayah Bandung Barat mempunyai tingkat perkembangan perekonomian yang cukup baik.

Berdasarkan data tersebut tentu diperlukan upaya untuk mampu bersaing dan mempertahankan usahanya. Upaya yang diperlukan untuk unggul dalam persaingan antara lain memahami persaingan pasar, mampu menilai kondisi pasar, dan memenuhi kebutuhan

dan kepuasan konsumen. Salah satu cara perusahaan dapat melakukan hal ini adalah dengan menciptakan strategi bisnis.

RM Ayam Bakar Ma'lela merupakan suatu UMKM yang bergerak dalam bidang kuliner yang menyajikan kuliner khas sunda, yang mana lokasinya berada di Jalan Raya Cinangsi No. 100 Cililin, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat. Produk yang disajikan diantaranya makanan indonesia (ayam bakar, ikan bakar, nasi timbel, karedok, ikan asin, dan lain-lain) serta makanan barat (steak sirloin, spaghetti, karage, dan lain-lain). RM Ayam Bakar Ma'lela memiliki menu khas best seller yaitu ayam bakar yang menjadi produk andalan bagi para konsumen.

Permasalahan pada RM Ayam Bakar Ma'lela adalah perluasan pemasarannya yang masih sempit dan hanya mencakup desa cililin dan sekitarnya. Tantangan berikutnya yang dihadapi RM Ayam Bakar Ma'lela adalah menarik generasi milenial, dimana generasi milenial saat ini lebih pemilih dalam hal bersantap dan memiliki ekspektasi tinggi terhadap pengalaman, inovasi, dan nilai merek atau produk, perubahan tren dan prefensi konsumen yang cepat. Maka dari itu, RM Ayam Bakar Ma'lela harus lebih teliti dalam memperbaiki dan meningkatkan strategi yang akan digunakan dalam memasarkan produk, salah satunya dengan analisis Marketing Mix (7P) dan SOAR.

Untuk mencapai hal tersebut tentunya diperlukan strategi pemasaran yang efektif dengan menciptakan segmentasi pemasaran yang jelas, tujuan utama pemasaran dan juga posisi bisnis dari RM Ayam Bakar Ma'lela itu sendiri. Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti tertarik untuk membuat kajian penelitian dengan judul "STRATEGI PEMASARAN PADA RM AYAM BAKAR MA'LELA UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI (GENERASI MILENIAL) MENGGUNAKAN ANALISIS MARKETING MIX DAN SOAR".

## METODE PENELITIAN

### Metodologi

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang dilakukan terhadap sekumpulan objek bertujuan untuk melihat gambaran fenomena yang terjadi dalam suatu populasi tertentu. (Notoatmodjo, 2018).

Hasil data didapat dari hasil wawancara serta observasi pada saat di lapangan. Penggunaan alat analisis dari penelitian ini adalah marketing mix dan SOAR (*Strengths, Opportunities, Aspirations, dan Results*) dimana perusahaan dapat dianalisis dari segi internal maupun eksternal. Analisis internal perusahaan dengan menggunakan analisis yang

mengacu pada kekuatan (*strenth*) dan aspirasi (*aspiration*). Sedangkan faktor eksternal dapat dianalisis yang mengacu pada peluang (*opportunity*). Setelah dilakukan semua analisis baik dari internal maupun eksternal perusahaan, maka akan dihasilkan sebuah hasil (*result*) dimana hasil tersebut berupa strategi pemasaran untuk RM Ayam Bakar Ma'lela.

Metode pengumpulan data untuk tahapan analisis marketing mix dan SOAR dilakukan dengan wawancara kepada sampel selaku informan yaitu pemilik RM Ayam Bakar Ma'lela, kasir, pramuniaga, dan 6 orang konsumen yang sudah pernah membeli produk RM Ayam Bakar Ma'lela.

### Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

#### 1. Wawancara

Wawancara adalah suatu metode yang digunakan untuk mengumpulkan dan mendapatkan data, dimana peneliti mendapat keterangan atau informasi secara lisan dari seorang sasaran penelitian (responden atau narasumber), atau bercakap-cakap berhadapan muka dengan orang tersebut (Notoatmodjo, 2018). Wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur dengan menggunakan pedoman wawancara.

#### 2. Observasi

Kegiatan observasi dilakukan secara langsung untuk melihat strategi pemasaran yang dilakukan oleh RM Ayam Bakar Ma'lela.

#### 3. Dokumentasi

Dokumentasi dapat berupa gambar, tulisan maupun hasil karya seseorang. Dokumentasi yang disajikan peneliti pada penelitian ini berupa gambar, selebaran (potongan halaman buku) dan dokumen resmi lainnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Marketing Mix (7P)*

#### 1. *Product*

Selayaknya rumah makan pada umumnya, RM Ayam Bakar Ma'lela juga menyediakan berbagai macam menu yang siap dihidangkan dan dinikmati oleh pelanggan. Menu yang disediakan oleh RM Ayam Bakar Ma'lela berupa nasi liwet, ayam bakar, ikan bakar, masi tutug oncom, karedok, dan lain-lain, dimana itu menjadi menu makanan indonesia, ada juga menu makanan barat seperti spaghetti, steak, carrage dan menu barat lainnya.

Menu ayam bakar dari RM Ayam Bakar Ma'lela merupakan menu utama yang menjadi *best seller* dan paling banyak dipesan oleh pembeli. Hal ini yang membuat menu ayam bakar menjadi menu utama dan paling banyak dipesan tidak terlepas dari adanya pernyataan yang mengatakan bahwa ayam bakar RM Ayam Bakar Ma'lela mempunyai rasa yang sangat enak. Selain itu, dari segi porsi juga dikatakan pas dan lengkap dimana terdapat menu ayam bakar, nasi, sambal, tahu, tempe, serta lalapan dalam satu porsi menu ayam bakar yang disajikan.

## 2. *Price*

Harga yang ditetapkan oleh RM Ayam Bakar Ma'lela dalam sajian porsi bisa terbilang cukup terjangkau bagi para pelanggannya. Dimana mereka memasang harga Rp. 23.000 untuk satu porsi nasi ayam lengkap, dan memasang harga jual mulai dari Rp. 6.000 sampai dengan Rp. 100.000 dan untuk menu minumannya mulai dari Rp. 5.000 sampai dengan Rp. 20.000.

Penetapan harga yang telah ditentukan oleh RM Ayam Bakar Ma'lela berdasarkan rasa dan kualitas yang mereka bandingkan dengan rumah makan lain yang sejenis. Selain itu, harga juga disesuaikan dengan lokasi RM Ayam Bakar Ma'lela berdiri yaitu dengan menetapkan harga serendah mungkin agar dapat dijangkau oleh semua kalangan.

## 3. *Place*

Fasilitas yang ada di RM Ayam Bakar Ma'lela meliputi ruang makan, ruang meeting atau acara besar, ruang outdoor, dapur, mushola, toilet dan lahan parkir.

Selain fasilitas yang dimiliki tersebut, RM Ayam Bakar Ma'lela juga menyediakan sarana transportasi untuk menunjang proses pengantaran pesanan apabila ada pelanggan yang memesan makanan atau minuman melalui pesan whatsapp.

Pemilihan lokasi yang strategis juga harus memperhatikan akses jalan menuju tempat usaha, hal ini dikarenakan akses jalan menjadi salah satu alasan pelanggan dalam memilih suatu tempat untuk dikunjungi. Akses jalan menuju RM Ayam Bakar Ma'lela dikatakan jauh dari area perkotaan karena posisinya yang terletak di area pedesaan, namun pelanggan akan disuguhkan pemandangan alam yang indah ketika mengunjungi RM Ayam Bakar Ma'lela.

## 4. *Promotion*

Promosi yang dilakukan oleh RM Ayam Bakar Ma'lela mulanya hanya melalui verbal atau mulut ke mulut melalui informasi dari instansi dan komunitas tertentu. Selain itu, promosi juga dilakukan melalui jejaring sosial seperti instagram.

Salah satu cara untuk menarik perhatian pelanggan yang dilakukan oleh RM Ayam Bakar Ma'lela adalah dengan mengadakan live musik.

#### 5. *People*

RM Ayam Bakar Ma'lela memiliki standar operasional prosedurnya sendiri, yaitu para karyawan yang bekerja di RM Ayam Bakar Ma'lela diwajibkan untuk menerapkan kebiasaan senyum dan mengucapkan salam kepada pelanggan yang datang. Hal itu bertujuan agar para pelanggan merasa nyaman saat berkunjung ke RM Ayam Bakar Ma'lela yang menjadikan tempat tersebut dinilai baik dari segi pelayanan.

#### 6. *Process*

Proses produksi yang dilakukan oleh RM Ayam Bakar Ma'lela dimulai dari mempersiapkan alat dan bahan sampai dengan proses pemasakan dan penyajian makanan dan minuman kepada pelanggan. Pemilihan alat dan bahan disesuaikan dengan kebutuhan dan selalu memperhatikan kualitas alat dan bahan yang digunakan. RM Ayam Bakar Ma'lela mendapatkan bahan yang dibutuhkan dari pemasok di sekitar tempat usaha, mulai dari daging ayam, ikan, sayuran, tahu dan tempe. Kualitas bahan yang digunakan sangat diperhatikan guna menciptakan rasa makanan yang enak, seperti daging ayam yang dipasok oleh penjual dalam kondisi segar dengan kualitas dan kuantitas sesuai yang dibutuhkan.

Proses pelayanan dalam hal penyajian makanan dan minuman di RM Ayam Bakar Ma'lela terbilang cukup cepat sehingga dikatakan efektif dan efisien.

#### 7. *Physical Evidence*

RM Ayam Bakar Ma'lela memiliki luas kurang lebih 500 M<sup>2</sup> yang terdiri dari beberapa ruangan mulai dari ruang makan utama, cafe, ruang meeting atau aula, ruang outdoor, dapur, mushola, toilet dan lahan parkir.

Kebersihan adalah upaya manusia untuk memelihara lingkungannya dari berbagai macam sampah dalam rangka mewujudkan kehidupan yang sehat dan nyaman. RM Ayam Bakar Ma'lela menerapkan kebijakan terkait kebersihan yaitu setiap karyawan diharuskan menjaga kebersihan tempat dimana ia bekerja, seperti menjaga kebersihan alat dan bahan, ruangan dan pakaian yang digunakan. Hal ini bertujuan agar para karyawan menjadi disiplin dan bertanggung jawab atas tugas dan kewajiban yang diberikan serta memberikan kenyamanan kepada para pelanggan.

## Analisis SOAR

### 1. Strategi S-A

- 1) Berinovasi rasa mengikuti selera generasi milenial tanpa merubah bahan baku utama yaitu daging ayam

RM Ayam Bakar Ma'lela membuat inovasi dengan menyajikan menu baru yang mengikuti zaman dan kebiasaan para generasi milenial. Inovasi yang dilakukan adalah dengan membuat sebuah menu baru yang bisa diterima oleh generasi milenial namun tanpa merubah bahan baku utama yang menjadi ciri khas RM Ayam Bakar Ma'lela yaitu daging ayam. Inovasi makanan yang dibuat seperti chicken katsu, ayam goreng cobek dan lain sebagainya.

- 2) Membangun tempat yang lebih luas dan nyaman

RM Ayam Bakar Ma'lela berencana untuk kedepannya menambah tempat yang lebih modern dan menyesuaikan dengan kebutuhan generasi milenial. Hal tersebut dilakukan RM Ayam Bakar Ma'lela yang dimana diharapkan dapat menarik minat para generasi milenial untuk datang berkunjung dan merasa nyaman saat berada ditempat tersebut. Fasilitas yang akan didirikan diantaranya seperti spot foto, rooftop, dan lain sebagainya.

- 3) Menentukan harga terbaik sesuai calon pelanggan serta kualitas pelayanan

Untuk menentukan harga yang sesuai untuk para pelanggan, RM Ayam Bakar Ma'lela melakukan analisis kebutuhan para pelanggannya dimana di sekitar tempat usaha dekat dengan tempat wisata, daerah pegunungan, dekat dengan pemukiman warga dan instansi. Dengan mengetahui tingkat wilayah dan perekonomian di sekitar tempat wisata dapat membantu RM Ayam Bakar Ma'lela dalam menentukan harga yang tepat untuk para calon pelanggan. Harga terbaik itu sendiri adalah harga yang bisa dijangkau oleh calon pembeli dari berbagai kalangan tanpa merubah kualitas yang diberikan. Harga terbaik yang disarankan untuk generasi milenial diantaranya dengan memberikan harga sesuai kebutuhan atau *affordable* sesuai dengan kualitas terbaik yang diberikan yang ditujukan kepada generasi milenial.

- 4) Menjaga eksistensi tempat usaha seiring dengan semakin banyaknya pesaing

Dengan berkembangnya zaman dan menjamurnya tempat usaha rumah makan ini tidak mengurangi eksistensi RM Ayam Bakar Ma'lela. Walaupun sudah berdiri sejak 12 tahun silam tetapi RM Ayam Bakar Ma'lela tetap mampu bersaing dengan para kompetitornya, hal itu karena RM Ayam Bakar Ma'lela selalu menjaga kualitas produk, pelayanan dan tempat yang disediakan. Untuk meningkatkan eksistensi tempat usaha

RM Ayam Bakar Ma'lela dan tetap bisa bersaing dengan para pesaing diantaranya dengan meningkatkan dan menyesuaikan perkembangan zaman sekarang, seperti memperbaharui produk, pelayanan dan tempat usaha yang lebih kekinian.

## 2. Strategi O-A

### 1) Membuat tim khusus bagian pemasaran

Membuat tim khusus bagian pemasaran di RM Ayam Bakar Ma'lela ini bertujuan untuk meningkatkan dan menarik minat beli pelanggan yang dikhususkan untuk para generasi milenial. Dengan dibuatnya tim khusus bagian pemasaran juga dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan generasi milenial yang dapat diaplikasikan dalam memasarkan produk RM Ayam Bakar Ma'lela. Tim khusus bagian pemasaran diantaranya seperti merekrut SDM (Sumber Daya Manusia) yang tugasnya sebagai pengelola setiap sosial media yang dimiliki oleh RM Ayam Bakar Ma'lela. Rutin membuat konten unik dan menarik untuk mempromosikan produk, tempat, dan lain sebagainya kepada para pelanggan khususnya generasi milenial.

### 2) Menciptakan menu baru yang mengikuti trend dan kebutuhan generasi milenial

Penciptaan menu baru yang dilakukan RM Ayam Bakar Ma'lela dilakukan karena trend dan kebutuhan generasi milenial yang cenderung cepat berubah. Maka dari itu RM Ayam Bakar Ma'lela diharuskan mengikuti trend dengan menciptakan menu baru yang sesuai dengan kebutuhan generasi milenial tetapi tanpa merubah menu yang sudah ada yaitu dengan tetap memanfaatkan bahan baku utama yaitu daging ayam. Beberapa olahan ayam yang dapat menjadi rekomendasi menu baru tersebut diantaranya chicken katsu, chicken teriyaki, sambal bakar, mie ayam, bakso, dimsum, pangsit ayam mercon dan makanan ringan lainnya. Begitupun menu minuman diantaranya es campur, thaites, greentea, teh tarik, susu gula aren, minuman rasa dengan berbagai macam topping seperti boba, keju, oreo, coklat, redvelvet, cerees, chocochips, minuman soda lemon dan lain-lain.

### 3) Menambahkan tempat sesuai dengan kebutuhan generasi milenial yang *instagramable*

Untuk menambahkan tempat yang sesuai dengan kebutuhan generasi milenial perlu mengetahui trend yang sedang berkembang pada saat ini. RM Ayam Bakar Ma'lela untuk kedepannya akan menambahkan tempat yang sesuai dengan kebutuhan generasi milenial yang tidak hanya mengikuti perubahan trend tapi mengedepankan kenyamanan dan keamanan tempat usaha. Usaha yang dimaksud selain yang

*instagramable* juga dapat menambah kenyamanan dan pengalaman para pelanggan seperti mendirikan spot foto yang eksterior dan interiornya estetik, membuat rooftop yang dimana memanfaatkan sumber daya alam yaitu latar belakang pegunungan, mendirikan *hidden game* dan lain sebagainya.

4) Menambah pegawai yang berfokus pada pelayanan *catering* dan *delivery*

Pelayanan *catering* dan *delivery* di RM Ayam Bakar Ma'lela belum memiliki karyawan yang bisa menangani semua pemesanan. Maka dari itu, penambahan pegawai diperlukan agar bisa berfokus pada satu tugas agar hasilnya maksimal. Pelayanan *catering* dan *delivery* yang baik sangat penting karena bisa menentukan kepuasan pelanggan akan pelayanan yang telah diberikan. Penambahan pegawai yang berfokus pada pelayanan *catering* dan *delivery* akan mendapatkan beberapa jobdesc diantaranya mendata pesanan yang masuk, mendata ulang pesanan yang telah selesai dibuat dengan teliti, dan mengantarkan pesanan tepat waktu sesuai permintaan pelanggan.

3. Strategi S-R

1) Menambahkan menu yang sesuai dengan keinginan generasi milenial

RM Ayam Bakar Ma'lela akan berinovasi dengan melakukan penambahan varian menu mengikuti perkembangan zaman yang semakin canggih dan berkembang pesat. Hal itu mempengaruhi perilaku masyarakat dalam kehidupan sehari-hari tanpa terkecuali dalam hal pemilihan makanan. Generasi milenial khususnya di era modernisasi juga mengikuti perubahan dalam hal memilih makanan, mereka lebih cenderung menyukai makanan kekinian yang bercita rasa pedas dan berpenampilan menarik. Hal itu membuat RM Ayam Bakar Ma'lela bertekad untuk mengikuti perkembangan dan kebutuhan tersebut dengan menginovasi menu dengan penyesuaian tertentu.

2) Menambah tempat sesuai keinginan generasi milenial

Kenyamanan bagi pelanggan menjadi hal yang sangat perlu diperhatikan agar membuat pelanggan menjadi betah. RM Ayam Bakar Ma'lela berencana akan menambahkan tempat yang lebih kekinian guna menyesuaikan keinginan dan kebutuhan target pelanggan mereka yaitu generasi milenial. Perencanaan tersebut tidak terlepas dari adanya perubahan keinginan masyarakat yaitu generasi milenial dalam hal pemilihan tempat untuk didatangi. Hal yang bisa dilakukan oleh RM Ayam Bakar Ma'lela dalam mengatasi hal tersebut bisa dengan cara membuat tempat untuk spot foto, ruang atau aula untuk live musik, dan lain sebagainya.

#### 4. Strategi O-R

##### 1) Memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi

Promosi menjadi suatu hal wajib yang dilakukan oleh setiap badan usaha guna memperkenalkan produk atau jasa kepada calon konsumen. Selain itu, promosi juga dapat dilakukan sebagai media iklan mengenai sebuah produk atau jasa. Seperti halnya badan usaha lain, RM Ayam Bakar Ma'lela juga melakukan kegiatan promosi dalam memperkenalkan usahanya, untuk kedepannya promosi yang dapat dilakukan oleh RM Ayam Bakar Ma'lela bisa memanfaatkan jejaring sosial untuk merambah semua penjuru daerah maupun kota. RM Ayam Bakar Ma'lela bisa memanfaatkan teknologi informasi seperti sosial media instagram, tiktok maupun whatsapp.

##### 2) Memberikan suguhan varian menu baru sebagai bentuk inovasi yang dikembangkan

Menu menjadi hal yang perlu diperhatikan oleh RM Ayam Bakar Ma'lela untuk mempertahankan eksistensi serta membuat pelanggan yang sudah lama agar tidak pergi. RM Ayam Bakar Ma'lela bisa menambahkan menu sesuai dengan keinginan target pelanggan mereka, dimana target mereka adalah generasi milenial. Suguhan menu baru disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan generasi milenial bisa membuat RM Ayam Bakar Ma'lela menjadi pilihan bagi generasi milenial.

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa RM Ayam Bakar Ma'lela dalam strategi pemasarannya menerapkan strategi marketing mix dalam memasarkan produknya. Berdasarkan analisis SOAR didapatkan kesimpulan 1) strength yang dimiliki RM Ayam Bakar Ma'lela meliputi rasa, suasana, harga, dan kualitas; 2) opportunities yang dimiliki RM Ayam Bakar Ma'lela meliputi media promosi, varian menu, tempat dan catering; 3) aspiration yang dimiliki RM Ayam Bakar Ma'lela meliputi perkembangan zaman. Inovasi, konsistensi dan eksistensi; dan 4) result meliputi penginapan, renovasi, dan menu.

## DAFTAR PUSTAKA

Notoatmodjo. 2018. "Metodologi Penelitian Kesehatan." Jakarta. Rineka Cipta. Dan R&D Bandung : ALFABETA

Sugiyono. 2018. "Teknik Analisa Data". Melalui  
<<https://repository.stei.ac.id/2172/4/BAB%20III.pdf>>

Natalia. 2023. "Pengertian Analisis Soar Dan Cara Ampuh Menerapkannya." Melalui  
<<https://accurate.id/bisnis-ukm/pengertian-analisis-soar/>>