

MARKETING IL MONDO PIZZA ONE OF THE CULINARY TOUR IN SLEMAN REGENCY, YOGYAKARTA

To purpose this research (1) to find out the application of the marketing target applied by the company whether it still has the characteristic of the globalization or needs change and (2) gave the answer about marketing strategy that has efficient through number of consumens arrived.

Research has done with used mix method beetween kualitatif and kuantitatif. This research has done in Juni to September 2015. To put the sample used insidental sampling. This research sample for the konsumen IL Mondo Pizza about 100 responden. The tehnik to collect data analysis need descriftive analysis kualitatif and kuantitatif.

The result of the research pointed if: (1) The application of the marketing target which has been applied by company has suitable with the globalization now a days. IL Mondo Pizza could the bridge and to prepared needed and consumen that who wanted. One of room design has pointed Italian style had very modern also the menu had prepared with enough price competence until reached for student and university standarts. Besides that the strategy location and easy to reached also to easy consumens for visited to IL Mondo Pizza. The form of promotion has done with used social media too. The effective price and efficient because can know IL Mondo Pizza product with very fast to consumen. In addition to prepared the tool service like the employess who had profesional in consumen services also one of the facilities form to give interest consumen in IL Mondo Pizza and (2) marketing straregy that efficient for IL Mondo Pizza can in creased earn that in a month through that business. When the number of the consumen arrived from the way applying mix marketing as such from 7P such us product, price, place, promotion, people, and pshycal evidence. This thing could be done with suitable exactly so will interest to consumen to visit and buy the product which offered until can in crease sells every months suit sell standart which had applied by corporation.

Keywords: Promotion, IL Mondo Pizza, Culinary Tour

PEMASARAN IL MONDO PIZZA SEBAGAI SALAH SATU WISATA KULINER DI KABUPATEN SLEMAN, YOGYAKARTA

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui tentang penerapan target pasar yang telah diterapkan oleh perusahaan masih sesuai dengan karakteristik perkembangan zaman atau perlu perubahan, dan (2) memberikan jawaban mengenai strategi pemasaran yang efisien bagi IL Mondo Pizza sehingga mampu meningkatkan pendapatan per bulan perusahaan melalui jumlah kedatangan konsumen.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan mix metode antara kualitatif dan kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni sampai September 2015. Teknik pengambilan sampel menggunakan *insidental sampling*. Sampel penelitian adalah konsumen IL Mondo Pizza sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) penerapan target pasar yang telah diterapkan oleh perusahaan sudah sesuai dengan perkembangan zaman yang ada pada saat ini. IL Mondo Pizza dianggap mampu menjembatani dan menyediakan kebutuhan serta keinginan konsumen. Salah satunya ditunjukkan dari desain ruangan yang bergenre Italian yang sangat modern, serta menu yang disajikan beserta harga cukup bersaing sehingga terjangkau dikalangan pelajar dan mahasiswa. Disamping itu, lokasi yang strategis dan mudah terjangkau juga memudahkan konsumen untuk berkunjung ke IL Mondo Pizza. Bentuk promosi yang dilakukan dengan menggunakan media sosial juga dinilai efektif dan efisien karena dianggap mampu memperkenalkan produk IL Mondo Pizza dengan cepat kepada konsumen. Selain itu, penyediaan sarana pelayanan seperti karyawan yang sudah professional dalam melayani konsumen juga merupakan salah satu bentuk fasilitas yang diberikan dalam menarik konsumen di IL Mondo Pizza; dan (2) strategi pemasaran yang efisien bagi IL Mondo Pizza sehingga mampu meningkatkan pendapatan per bulan perusahaan melalui jumlah kedatangan konsumen adalah dengan cara menerapkan *marketing mix* yang terdiri dari 7p yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan tampilan fisik. Hal ini apabila dapat dilakukan dengan tepat maka akan mampu menarik konsumen untuk berkunjung dan membeli produk yang ditawarkan sehingga mampu meningkatkan penjualan setiap bulannya sesuai standar penjualan yang sudah ditetapkan oleh perusahaan.

Kata Kunci: Pemasaran, IL Mondo Pizza, Wisata Kuliner