

The House of Raminten Sebagai Ikon Kuliner Tradisional di Yogyakarta

TESIS

Program Studi Magister Tatakelola Seni
Konsentrasi Manajemen Seni Pertunjukan



Janihari Parsada

1520093420

**PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2018**

The House of Raminten
Sebagai Ikon Kuliner Tradisional di Yogyakarta

Oleh
Janihari Parsada
1520093420

Telah dipertahankan pada tanggal 18 Januari 2018
di depan Dewan Penguji yang terdiri dari:



Prof. Dr. Shellyana Junaedi, S.E., M.Si
Pembimbing

Dr. H. Suwarno Wisetrotomo, M.Hum
Ketua Tim Penilai

T. Handono Eko Prabowo, Ph.D
Penguji Ahli

Telah diperbaiki dan disetujui untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Seni

Yogyakarta,.....

Direktur Program Pascasarjana
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

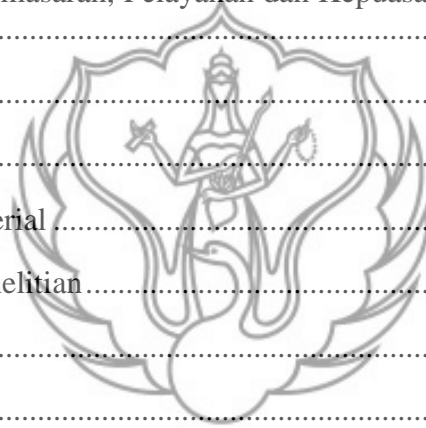
Prof. Dr. Djohan, M.Si
NIP. 196112171994031001

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.2 Kerangka Teori.....	11
2.2.1 Yogya Sebagai Tujuan Wisata.....	11
2.2.2 Wisata Kuliner	12
2.2.3 Budaya Sego Kucing.....	13
2.2.4 The House of Raminten	14
2.2.5 Pentingnya Pemasaran	15
2.2.6 Kualitas Pelayanan.....	16

2.2.7 Tentang Kepuasan Konsumen	17
BAB III. METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Pendekatan Penelitian	23
3.2 Jenis Data	23
3.3 Subyek Penelitian.....	24
3.4 Instrumen dan Variabel Penelitian.....	28
3.5 Teknik Pencuplikan Data	28
3.5.1 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.5.2 Proses Pengumpulan Data.....	30
3.6 Metoda Analisa Data.....	31
3.7 Kerangka Kerja	33
BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Profil Informan.....	34
4.2 Gambaran Umum Yogyakarta	35
4.2.1 Letak Geografis.....	35
4.2.2 Batas Wilayah	35
4.2.3 Luas Wilayah	35
4.2.4 Iklim dan Jenis Tanah	37
4.2.5 Jumlah dan Kepadatan Penduduk	38
4.2.6 Kondisi Budaya.....	38
4.3 Analisis dan Profil The House of Raminten	43
4.3.1 Sejarah Berdirinya The House of Raminten	43
4.3.2 Latar Belakang Berdirinya The House of Raminten.....	43
4.3.3 Falsafah The House of Raminten.....	44
4.3.4 Filosofi Nama dan Logo The House of Raminten	44
4.3.5 Konsep The House of Raminten	45
4.3.6 Segmentasi Konsumen	49

4.3.7 Target Marketing	50
4.3.7 Metode Promosi The House of Raminten.....	51
4.3.8 Menu The House of Raminten.....	51
4.3.9 Penyajian The House of Raminten.....	53
4.3.10 Kepegawaian The House of Raminten	54
4.4 Pembahasan dan Diskusi	55
4.5.1 Perubahan The House of Raminten dari Angkringan menjadi Resto Tradisional Modern	56
4.5.2 The House of Raminten menjadi Salah Satu Ikon Kuliner Tradisional di Yogyakarta.....	59
4.5.3 Strategi Pemasaran, Pelayanan dan Kepuasan Pengunjung The House of Raminten.....	61
BAB V. PENUTUP.....	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Implikasi Manajerial	71
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	73
5.4 Saran.....	74
Daftar Pustaka	73
Lampiran	75



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 Informan Penelitian.....	24
Tabel 3.2 Jadwal Wawancara.....	30
Tabel 4.1 Jumlah dan data jenis kelamin informan penelitian.....	34



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Kerja	33
Gambar 4.1 Tokoh Raminten	45
Gambar 4.2 Lantai 1 The House of Raminten	47
Gambar 4.3 Lantai 2 The House of Raminten	47
Gambar 4.4 Pajangan <i>joke</i> The House of Raminten	48
Gambar 4.5 Ruang Tunggu The House of Raminten.....	48
Gambar 4.6 <i>Sego Kucing</i> The House of Raminten.....	52
Gambar 4.7 Menu 1 The House of Raminten	52
Gambar 4.8 Menu 2 The House of Raminten	52
Gambar 4.9 Bubur Ayam The House of Raminten.....	53
Gambar 4.10 Pegawai Pria dan Wanita The House of Raminten	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Panduan Pertanyaan Wawancara.....	78
Lampiran 2 Hasil Reduksi Wawancara.....	89
Lampiran 3 Dokumentasi Foto The House of Raminten	106



HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 18 Januari 2018



Janihari Parsada

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya lah sehingga penelitian tesis yang berjudul “The House of Raminten Sebagai Ikon Kuliner Tradisional di Yogyakarta” ini sebagai syarat dalam menyelesaikan pendidikan Strata-2 Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta dapat terselesaikan dalam waktu yang tepat.

Tentunya penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penelitian yang dilakukan selama kurang lebih 2 semester ini. Maka dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh jajaran civitas Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta dan pihak-pihak yang terkait maupun terlibat langsung dalam proses penyusunan tesis ini, kepada:

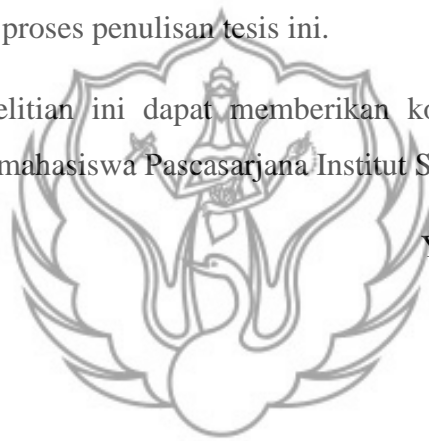
1. Prof. Dr. Djohan, M.Si, selaku Direktur Pascasarjana ISI Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Shellyana Junaedi, SE, M.Si selaku dosen pengajar dan pembimbing tesis yang selalu memberikan waktu, arahan dan motivasi belajar serta inspirasi selama menempuh pendidikan di Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Dr. Dewanto Sukistono, M.Sn, selaku Kaprodi Program Studi Tata Kelola Seni Pascasarjana ISI Yogyakarta yang juga telah membantu dalam memberi saran dan kritik pada penelitian ini dan perannya dalam penyelesaian masalah yang berkaitan dengan akademik.
4. Kedua orang tua, Mama dan Papa, serta keluarga di kampung yang tiada putus dalam doa dan dukungan kepada penulis.
5. Adikku Junitra Abdul Triogan yang selalu memberi dukungan moral dan menjadi tempat berkeluh kesah di Yogyakarta.
6. Teman-teman MTS angkatan 2015 yang telah banyak memberikan bantuan baik selama menempuh pendidikan hingga selesainya tesis ini.

7. HORI Art & Entertainment yang sangat banyak membantu pendanaan hingga selesainya tesis ini.
8. Seluruh staf Akmawa Pascasarjana ISI Yogyakarta atas bantuan yang telah diberikan kepada penulis.
9. The House of Raminten beserta segenap karyawan yang telah bersedia dijadikan objek dan informan penelitian.
10. Seluruh Informan dalam penelitian ini yang bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi kepada penulis
11. Serta seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu tetapi memiliki peranan besar dalam proses penulisan tesis ini.

Semoga penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang positif bagi pembaca khususnya mahasiswa Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 18 Januari 2018

Janihari Parsada



INTISARI

THE HOUSE OF RAMINTEN SEBAGAI IKON KULINER TRADISIONAL DI YOGYAKARTA

The House of Raminten merupakan sebuah restoran unik bernuansa tradisional moderen milik Hamzah Sulaeman. Tempat ini didirikan pada 26 Desember 2008 lalu. Awalnya, konsep usaha ini hanyalah sebuah angkringan dan kedai jamu sederhana yang dibuat dengan tujuan untuk mengisi waktu luang Hamzah yang telah pensiun dari tugasnya sebagai direktur Hamzah Batik. Seiring berjalannya waktu, tempat yang awalnya biasa ini berubah menjadi restoran tiga lantai yang buka 24 jam dengan daftar menu yang variatif dan penuh keunikan. Berdasarkan ulasan dan tanggapan warga netizen, The House of Raminten merupakan salah satu dari 10 daftar tempat makan yang wajib dikunjungi di Yogyakarta. Dengan kata lain, tempat ini telah masuk ke dalam salah satu ikon kuliner di Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi proses perubahan dari angkringan sederhana menjadi restoran tradisional moderen, mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadikannya sebagai ikon kuliner dan menganalisa strategi pemasaran, kualitas pelayanan serta kepuasan pengunjung.

Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan wawancara mendalam sebagai proses pengambilan data. Sumber data dalam penelitian ini berjumlah 8 narasumber diantaranya 4 orang dari pihak pengelola termasuk pemilik dan 4 lainnya merupakan pengunjung loyal. Hasil wawancara kemudian diidentifikasi, diklasifikasi dan direduksi untuk dianalisa serta divalidasi dengan metode triangulasi sehingga menghasilkan temuan.

Hasil temuan dari penelitian ini dipilah ke dalam dua bagian, yang pertama proses perubahan yang terjadi di The House of Raminten bukanlah sesuatu yang direncanakan melainkan sebagai bentuk respon terhadap permintaan konsumen yang terus meningkat. Adanya ide yang dinamis dan terus berkembang membuat perubahan ke arah yang baik terus terjadi. Pada temuan kedua, faktor utama yang menjadikan The House of Raminten sebagai salah satu ikon kuliner di Yogyakarta adalah keunikan dari aspek bauran pemasaran dan pelayanan di dalamnya, serta kepuasan para pengunjung yang terlihat pada banyaknya kunjungan berulang dan kesediaan merekomendasikan.

Kata Kunci : The House of Raminten, ikon kuliner, pemasaran

ABSTRACT
THE HOUSE OF RAMINTEN AS YOGYAKARTA'S TRADITIONAL
CULINARY ICON

The House of Raminten, which is owned by Hamzah Sulaeman, is a unique restaurant with a mixture of traditional and modern ambience. It was established on December 26th, 2008. In the beginning, the place was only intended as a small traditional food stall and simple herbal drinks café. The owner simply wanted it to be a place where he can spend his spare time, after being retired from his position as the CEO of Hamzah Batik. As time goes by, the establishment flourishes into a 24-hours three-store restaurant with a wide range of truly unique menus. Based on netizens' reviews and comments, it becomes one of the 10 best places which must be visited in Yogyakarta. In other words, the restaurant has undeniably become one of Yogyakarta's culinary icons. Related to that, this research aims to identify the transformation of the traditional food stall into a restaurant with its fusion of traditional and modern ambience, as well as observing the underlying factors that has made it into a culinary icon. This research also analyzes its marketing strategy, quality of service and customers' satisfaction.

This research applies the qualitative method, using in-depth interviews for the data-gathering. 8 respondents participated in this research, namely 4 management staffs including the owner and 4 loyal customers. The data from the interviews are then identified, classified and reduced into analytical units that are validated later on with the triangulation method in order to produce reliable results.

The results of this study are classified into two parts. The first part explains the transformation process in The House of Raminten and uncovers the fact that it does not actually take place as a management plan, but can be seen as a response towards the increasing demand of the customers. The dynamic ideas that continue to develop and evolve have created positive and beneficial improvements. The second part deals with the major contributing factors that have made The House of Raminten as one of Yogyakarta's culinary icons. The factors include the restaurant's unique qualities, a combination of marketing strategy and services, and good customers' satisfaction which can be monitored through their repeated visits and their willingness to recommend the place for other customers.

Key Words: The House of Raminten, culinary icon, marketing