

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA RUMAH MAKAN SUBUR GROUP DI KOTA BANJARBARU

Sutami, Erni Alfisah, Farida Yulianti
Email: Sutami1997@gmail.com

ABSTRAK

Sejalannya dengan rumusan masalah penelitian tersebut maka penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan observasi dan wawancara yaitu penelitian ini melakukan pengamatan secara langsung dan mewawancari beberapa perwakilan pekerja yang berjumlah 3 orang.

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan Rumah Makan Subur Group untuk meningkatkan penjualan pada rumah makan tersebut. Metode penelitian ini adalah Analisis Kualitatif yang merupakan penelitian menggunakan analisis, mengacu pada data, memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan pendukung, serta menghasilkan suatu teori.

Hasil Penelitian ini menunjukkan strategi pemasaran yang tepat bagi Rumah Makan Subur Group Di Kota Banjarbaru, perlu dilakukan analisis peluang dan ancaman Eksternal, serta kekuatan dan kelemahan internal, sehingga akan didapatkan strategi SO, strategi WO, Strategi ST, dan strategi WT yang akan dijadikan landasan dalam menerapkan strategi alternatif yang dapat dijalankan. Penelitian ini menggunakan matriks SWOT dengan analisis IFAS dan EFAS, diperoleh strategi alternatif yang dapat dijalankan oleh Rumah Makan Subur Group Di Kota Banjarbaru. Dari hasil analisis EFAS diperoleh nilai 2,5 Hal ini mengindikasikan bahwa Rumah Makan Subur Group Di kota Banjarbaru terhadap lingkungan eksternal adalah cukup baik. Nilai IFAS menunjukkan angka 3,1 hal ini mengindikasikan bahwa sudah dapat memanfaatkan kekuatan dan sudah mampu mengatasi kelemahan internal.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran dan Penjualan

ABSTRACT

In the course of the research problem, this research was carried out using observations and interviews that the research conducted a direct observation and search for several representatives of workers that amounted to 3 people.

This research was conducted with the aim to know the marketing strategy conducted by Rumah Makan Subur Group to increase sales at the restaurant. This method of study is qualitative analysis which is a research using analysis, referring to data, utilizing existing theories as supporting materials, as well as generating a theory.

The results of this research show the right marketing strategy for Rumah Makan Subur Group in Banjarbaru City, need to be done analysis of external opportunities and threats, as well as internal strengths and weaknesses, so that the

strategy will be obtained, WO strategy, Strategy ST, and WT strategy that will be used as the foundation in implementing an alternative strategy that can be implemented. This research uses the SWOT matrix with the analysis of IFAS and EFAS, acquired an alternative strategy that can be run by Rumah Makan Subur Group in Banjarbaru City. From the results of the analysis of EFAS obtained the value of 2.5 it indicates that the fertile house Group in the city of Banjarbaru against the external environment is quite good. The value of IFAS indicates a number 3.1 This indicates that it can already harness power and has been able to cope with internal weaknesses.

Keywords: marketing and sales strategy

PENDAHULUAN

Kebutuhan manusia berdasarkan tingkat kepentingan terdiri dari tiga kebutuhan yaitu, kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Kebutuhan primer adalah kebutuhan yang harus dipenuhi oleh setiap manusia. Salah satu yang menjadi kebutuhan primer bagi manusia adalah kebutuhan makanan, makanan merupakan kebutuhan pokok manusia, selama penduduk dunia masih ada maka kebutuhan makanan akan tetap meningkat.

Persaingan dibidang industri Rumah Makan semakin ketat, Rumah Makan Subur Group dituntut untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat yang dapat dijadikan senjata dalam perang persaingan antar Rumah Makan. Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau kini produknya di pasar sasaran tertentu. Perusahaan dapat dua atau lebih program pemasaran secara bersamaan, sebab setiap jenis program (seperti periklanan, promosi penjualan, personal selling, layanan pelanggan, atau pengembangan produk) memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap permintaan. (Chandra, 2002: 93)

Pada umumnya perusahaan dalam proses pemasarannya mempergunakan strategi yang biasa dikenal dengan bauran pemasaran (marketing mix). Strategi pemasaran tersebut menyangkut produk (product), harga (price), promosi (promotion), tempat (place). Dari keempat faktor tersebut merupakan satu kesatuan yang harus diperhatikan oleh manajer pemasaran dalam mengambil kebijakan mengenai strategi pemasaran, akan tetapi dari keempat faktor tersebut promosi dirasa paling dominan dalam peranan pemasaran dimana tanggung jawab pemasaran yang penting adalah merencanakan dan mengkoordinasikan strategi promosi terpadu dan memilih strategi untuk komponen-komponen promosi. (Kotler, 2005: 86)

Menurut Kotler dan Armstrong (2008), strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana perusahaan berharap untuk menciptakan nilai pelanggan dan mencapai hubungan yang menguntungkan. Perusahaan menentukan pelanggan mana yang akan dilayaninya (segmentasi dan penetapan target) dan bagaimana cara perusahaan melayaninya (diferensiasi dan positioning). Perusahaan mengenali keseluruhan pasar, lalu membaginya menjadi segmen-segmen yang lebih kecil, memilih segmen yang paling menjanjikan dan memusatkan perhatian pada pelayanan dan pemuasan pelanggan dalam segmen ini.

METODE

Metode penelitian adalah salah satu teknis dan cara mencari, memperoleh, mengumpulkan, dan mencatat data, baik berupa primer maupun sekunder yang digunakan untuk keperluan menyusun suatu karya ilmiah. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan beberapa metode penelitian di antaranya :

1) Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Jalan Mistar Cokrokusumo No.015 Kelurahan Sungai Besar Kecamatan Banjarbaru Selatan, Kota Banjarbaru-Kalimantan Selatan.

2) Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian kualitatif deskriptif, yaitu penelitian yang bersifat penjelasan yang ada dan pola pengamatan dengan rentang waktu tertentu.

Dari pernyataan di atas bahwa penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif karena peneliti menginginkan untuk mengetahui sejauh mana langkah perusahaan dalam menerapkan strategi-strategi bersaing dan mampu bersaing dengan para pesaing guna meningkatkan pangsa pasarnya. Jadi peneliti mengasumsikan metode ini yang paling tepat untuk dipergunakan dalam penelitian ini.

Setiap penelitian memiliki karakteristik tertentu, dimana karakteristik penelitian kualitatif adalah sebagai berikut :

- (1) Berlangsung dalam latar belakang ilmiah .
- (2) Peneliti merupakan instrumen atau alat pengumpul data yang utama.
- (3) Analisa datanya dilakukan induktif.
- (4) Sifatnya deskriptif.
- (5) Menggunakan metode kualitatif.

3) Sumber Data

Sumber data adalah obyek dari mana data dapat diperoleh. Dalam hal ini peneliti menggunakan data :

(1) Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh peneliti atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer disebut juga data asli atau data baru. Data ini mempunyai 2 metode atau teknik dalam pengumpulan datanya, yaitu metode interview (wawancara) dan observasi/pengamatan langsung pada objek selama kegiatan penelitian di lapangan.

Data primer dari penelitian ini meliputi :

1. Strategi-strategi yang digunakan dalam Rumah Makan Subur Group di Kota Banjarbaru.
2. Faktor-faktor pendukung dan penghambat Rumah Makan Subur Group di Kota Banjarbaru dalam menghadapi pesaing dan meningkatkan pangsa pasarnya.
3. Kondisi lingkungan internal dan eksternal Rumah Makan Subur Group di Kota Banjarbaru kualitas produk, serta kinerja (pelayanan) karyawan baik di bagian administrasi maupun

pemasaran. Adapun yang menjadi informasi dalam penelitian ini adalah, orang yang dianggap sangat mengetahui tentang produk Rumah Makan Subur Group Untuk Meningkatkan Penjualan di Kota Banjarbaru yaitu Pemilik atau Manager yang secara konsep mengetahui dan memahami seluk beluk strategi yang dipakai dan cara memasarkan produknya yang ada di Rumah Makan Subur Group di Kota Banjarbaru.

(2) **Data Sekunder**

Data Sekunder yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang ada atau data yang diperoleh dari pihak lain, melalui dokumen-dokumen yang telah tersedia pada perusahaan dan sebagainya.

Data sekunder merupakan data suplemen yang meliputi:

1. Profil Rumah Makan Subur Group di Kota Banjarbaru.
2. Dokumen-dokumen yang relevan dengan pembahasan penelitian dan arsip-arsip yang berupa dokumen.
3. Data file langsung dari computer.
4. Foto-foto Rumah Makan Subur Group di Kota Banjarbaru.

4) Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah suatu prosedur untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian. Dalam Penelitian ini, peneliti menggunakan tiga metode yang sudah lazim di gunakan dalam penelitian kualitatif, diantaranya adalah:

(1) **Metode Observasi/pengamatan**

Yang dilakukan waktu pengamatan adalah mengamati gejala -gejala sosial dalam kategori yang tepat, mengamati berkali-kali dan mencatat segera dengan memakai alat bantu seperti alat pencatat, formulir dan alat mekanik.

Dalam penelitian ini, peneliti mengamati Rumah Makan Subur Group di Kota Banjarbaru meliputi lokasi pemasarannya, kinerja para karyawan, produk yang ditawarkan, dan strategi bersaing yang digunakan dalam memasarkan produknya sehingga dapat meningkatkan pangsa pasarnya.

(2) **Metode interview atau wawancara**

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui percakapan dan tatap muka dengan orang yang dapat memberikan keterangan pada peneliti.

Moleong (2006:135) menyatakan “Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu”. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer atau peneliti) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode interview, dalam bentuk interview bebas terpimpin.

Suharsimi Arikunto (2002) menjelaskan bahwasannya interview bebas terpimpin yaitu kombinasi dari interview bebas dan interview terpimpin. Dalam melaksanakan interview, pewawancara membawapedoman yang hanya merupakan garis besar tentang hal-hal yang akan ditanyakan.

Perihal yang mau ditanyakan mengenai tentang:

1. strategi bersaing yang digunakan dalam Rumah Makan Subur Group di Kota Banjarbaru.
2. Faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan volume penjualannya.
3. kondisi lingkungan internal dan eksternal Rumah Makan Subur Group di Kota Banjarbaru.
4. kualitas produk, serta kinerja (pelayanan) karyawan baik dibagian administrasi maupun pemasaran.

(3) Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi yang diamati bukan benda hidup tetapi bendamati. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi peneliti menyelidiki benda-benda tertulis, seperti buku panduan lembaga, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan lain sebagainya.

Dalam prakteknya, peneliti diberi dokumen oleh pihak Rumah Makan Subur Group di Kota Banjarbaru, berupa buku panduan Rumah Makan Subur Group di Kota Banjarbaru, profil, yang ada di Rumah Makan Subur Group di Kota Banjarbaru. Jadi, dokumen yang ada berupa naskah cetak.

Dokumentasi ini digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh dari wawancara dan observasi. Dengan dokumentasi, peneliti mencatat tentang profil Rumah Makan Subur Group di Kota Banjarbaru, yang meliputi : sejarah berdirinya, struktur organisasi beserta job diskription, produk-produknya, unit-unit usaha dan mitra usahanya.

5) **Analisis Data**

Metode analisis data merupakan kumpulan alat-alat analisis yang digunakan di dalam penelitian untuk mengolah suatu data. Analisis data dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif, dimana analisis datanya dilakukan dengan cara non statistik, yaitu penelitian yang dilakukan dengan menggambarkan data yang diperoleh dengan kata-kata atau kalimat yang dipisahkan dalam kategori-kategori untuk memperoleh kesimpulan. Jadi, analisis data kualitatif yaitu setelah data diperoleh data diproses, dianalisis dan dibandingkan dengan teori-teori dan kemudian di evaluasi. Hasil evaluasi tersebut yang akan ditarik kesimpulan untuk menjawab permasalahan yang muncul.

Di pihak lain, analisis data kualitatif (Seiddel, 1998) dalam bukunya Moleong (2006: 248) merupakan sebuah proses yang berjalan sebagai berikut:

- (1) Mencatat yang dihasilkan dari lapangan, kemudian diberi

kode agar sumber datanya tetap dapat ditelusuri.

- (2) Mengumpulkan, memilah-milah, mengklasifikasikan, membuat ikhtisar dan membuat indeksinya.
- (3) Berfikir dengan jalan membuat agar kategori data tersebut mempunyai makna, mencari dan menemukan pola dan hubungan-hubungan serta membuat temuan-temuan umum.

Pada penelitian kali ini adalah dengan mengumpulkan semua data yang ada, baik data primer (melalui metode wawancara dan observasi) maupun data sekunder (melalui dokumentasi). Kemudian menganalisis dan akhirnya mengambil kesimpulan atas analisisnya.

Data primer (melalui metode wawancara dan observasi) yang dibutuhkan sehingga dapat data dengan baik yaitu dengan cara menentukan informasi, diantaranya informan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Manajer CV. Subur Group yaitu:
Bapak Agus Mastaniansyah, SE yang secara konsep mengetahui dan memahami seluk beluk strategi yang ada di Rumah Makan Subur Group di Kota Banjarbaru.
2. Bagian keuangan dengan Ibu Fita Hangraini, SM di Rumah Makan Subur Group di Kota Banjarbaru.

HASIL DAN PEMBAHASAN

- 1) Hasil analisis lingkungan eksternal dengan matriks EFE menunjukkan bahwa posisi Rumah Makan Subur Group di Kota Banjarbaru terhadap lingkungan eksternal adalah cukup baik. Rumah Makan Subur Group di Kota Banjarbaru dapat memanfaatkan peluang dan mengantisipasi ancaman yang muncul dari lingkungan sekitarnya. Disamping itu analisis lingkungan internal dengan matriks IFE menunjukkan bahwa Rumah Makan Subur Group di Kota Banjarbaru sudah dapat memanfaatkan kekuatan dan sudah mampu mengatasi kelemahan internal.
- 2) Hasil analisis terhadap bauran pemasaran yang telah dilakukan pada Rumah Makan Subur Group di Kota Banjarbaru meliputi ; Bauran Produk, Harga, Promosi dan Distribusi. Dan strategi pemasaran yang harus dilakukan dalam waktu dekat oleh Rumah Makan Subur Group adalah:
 - (1) Mengoptimalkan sistem manajemen perusahaan guna meningkatkan keunggulan perusahaan.
 - (2) Melakukan kegiatan promosi melalui internet dan juga dengan penyebaran brosur di perumahan-perumahan sekitar rumah makan yang artinya melakukan penetrasi pasar dan harus lebih kreatif dalam memanfaatkan peluang.
 - (3) Memperbaiki citra Subur Group dengan fokus pada kualitas serta pemasaran produk.

PENUTUP

- 1) Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan yang disajikan. Kualitas produk dan pelayanan yang bermutu akan mempengaruhi keberadaan produk di pasar.
- 2) Kelemahan perusahaan diantisipasi dengan menggunakan peluang-peluang yang ada, antara lain meningkatkan pelayanan yang ramah, cepat, dan prima menyesuaikan harga dengan kualitas. Dampak dari ancaman eksternal diatasi dengan memanfaatkan kekuatan perusahaan antara lain melakukan inovasi produk, memperthankan dan meningkatkan kualitas produk untuk mendapat kepercayaan konsumen, mempertahankan cita rasa, memberi diskon atau harga khusus, menekan biaya produksi dengan mencari pemasok yang tepat, membuat anggaran yang baik dan menaikkan harga secara berkala. Kelemahan dan ancaman perusahaan diatasi dengan melakukan penekanan biaya produksi, efisiensi dan efektifitas kerja serta peningkatan pelayanan kepada konsumen.
- 3) Lebih baiknya di setiap cabang di Rumah Makan Subur Group di beri Manager cabang untuk lebih meningkatkan strategi pemasaran yang lebih berkualitas dan tertata pelayanannya.
- 4) Peneliti menyadari banyak kekurangan dalam penulis, jadi diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat melanjutkan penelitian ini dengan mengukur dari segi aspek yang berbeda dan metodologi yang berbeda.

REFERENSI

- Aswar, S. (1997). Reliabilitas dan Validitas. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Edy, S. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Hani, H. (2001). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE
- Hartono. (2004). Statistik untuk Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Husein, U. (2001). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Iqbal, H. (2002). *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Jonathan, S. (2006). *Analisis Data Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Malayu, H. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Mangkunegara, A. P. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Bandung.
- Mappeasse, M. Y. (2009). Pengaruh Cara dan Motivasi Belajar Terhadap Hasil Belajar Programmable Logic Controller (PLC) Siswa Kelas III Jurusan Listrik SMK NEGERI 5 MAKASAR. *Jurnal MEDTEK*.
- Marriot, T. E. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Grasindo.
- Nazir, M. (1999). Metodologi Penelitian Untuk Akuntansi Dan Manajemen. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Nursiyono. SST, J. A., & Wahyuningtyas. S. Si, F. (2017). Pengantar Statistika Dasar. Bogor: In Media.
- Qudratullah, M. F., Zuliana, S. U., & Suspandi, E. D. (2012). Statistika. Yogyakarta: Suka Press.

- Sangadji, & Sopiah. (2010). *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Santoso, S. (2001). *Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Subiyanto, I. (2000). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: UPP YKPN.
- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Jakarta: Alfabeta
- Suharsimi, A. (2002). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Wilson, B. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Erlangga.
- Wirawan. (2009). *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia : Teori, Aplikasi dan Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.