

PERANAN BAURAN PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN CATERING RISKY BANJARBARU

ROMADHONI SIHOMBING

Mahasiswa Universitas Kalimantan Arsyad Al Banjari Banjarmasin
Fakultas Ekonomi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji atau mengetahui : bauran pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Catering Risky Banjarbaru selama ini dan bauran pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Catering Risky Banjarbaru yang seharusnya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, penelitian dilakukan dan dilakukan selama 3 (tiga) bulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama ini Catering Risky Banjarbaru melakukan kegiatan usahanya lebih banyak pada pesanana acara pemeritahan dan event lainnya seperti perkawinan dan hajatan lainnya, Catering Risky Banjarbaru saat ini belum memiliki tempat produksi makanan dilakukan di rumah serta tidak melakukan promosi penjualan, kedepannya pemasaran dari Catering Risky Banjarbaru bisa diperluas lagi tidak hanya dominan pada pemerintahan namun juga memenuhi kebutuhan masyarakat umum, merencanakan pembangunan tempat usaha catering sebagai bukti fisik usaha agar konsumen semakin yakin ketika melakukan pemesanan produk serta memaksimalkan promosi penjualan agar Catering Risky Banjarbaru semakin besar pemasarannya dan penjualan semakin meningkat.

Kata kunci : *Produk (product), Harga (price), Tempat (Place), Promosi (Promotion) dan Penjualan*

This research discusses about increasing sales at Risky Banjarbaru Catering so far and marketing mix in increasing sales at Banjarbaru Risky Catering as needed.

This study uses descriptive qualitative research methods, research conducted and conducted for 3 (three) months.

Risky Banjarbaru Catering conducts more business activities than orders for government events and other events such as marriages and other celebrations, Risky Catering Banjarbaru currently does not have a food production place that is carried out at home and does not conduct sales promotions, in the future sales of Risky Banjarbaru catering can be repaired no longer only dominant in government but also requires the needs of the community, planning the construction of catering establishments as a physical proof of the business so that customers are more confident about ordering products while increasing sales promotion so that Risky Banjarbaru catering can buy many of its products and sales increase.

Keywords : *Product (product), Price (price), Place (Place), Promotion (Promotion) and Sales*

PENDAHULUAN

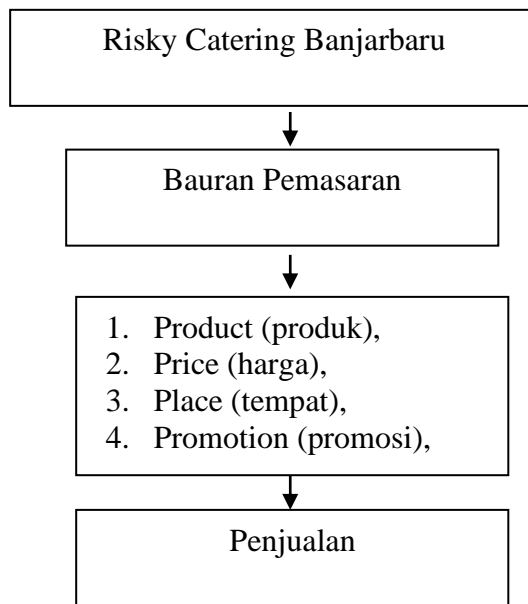
Perkembangan usaha yang dinamis dan penuh persaingan ini menuntut para pelaku usaha untuk melakukan perubahan terhadap cara mereka melayani konsumen, menangani pesaing dan mengeluarkan produk.

Objek dalam perusahaan ini adalah perusahaan catering yaitu Risky Catering, dimana dari tahun ketahunnya perusahaan sejenis mulai bermunculan, untuk itu lah Risky Catering Banjarbaru perlu menerapkan strategi bauran pemasaran agar perusahaan mampu bersaing kedepannya.

Objek dalam perusahaan ini adalah perusahaan catering yaitu Risky Catering, dimana dari tahun ketahunnya perusahaan sejenis mulai bermunculan, untuk itu lah Risky Catering Banjarbaru perlu menerapkan strategi bauran pemasaran agar perusahaan mampu bersaing kedepannya

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Peranan Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Catering Risky Banjarbaru**

KERANGKA BERPIKIR



METODE PENELITIAN

1) Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah jenis penelitian deskriptif, dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya. (Sukmadinata, 2006).

2) Lokasi Penelitian

Catering Rizky Banjarbaru beralamat di Jalan Ir. P.M. Noor No. 71 RT.024 RW. 006 Sungai Ulin Banjarbaru Utara Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan.

PEMBAHASAN

Peranan Bauran pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Catering Risky Banjarbaru selama ini.

(1) Produk (*Product*)

Produk yang dijual Catering Risky Banjarbaru lebih banyak memenuhi pesanan dari rapat-rapat atau acara-acara yang ada di Pemerintahan yaitu Pemerintah Kabupaten Banjar, Pemerintah Kota Banjarbaru dan Pemerintah Provinsi Kalimantan Selatan selain itu juga melayani pesanan diluar pemerintahan seperti acara perkawinan dan hajatan lainnya. Dalam memenuhi pesanan konsumen Catering Risky Banjarbaru selalu berusaha menjaga kualitas produknya yaitu dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas yang disesuaikan dengan keinginan dari konsumen yang memesan makanan pada Catering Risky Banjarbaru.

(2) Harga (*Price*)

Dalam penetapan harga Catering Risky Banjarbaru menetapkan harga dengan menyesuaikan pesanan dari konsumen jika konsumen menginginkan makanan dengan bahan baku yang harganya mahal maka harga juga akan mahal begitu juga dengan sebaliknya jika harga bahan baku terjangkau maka harga juga bisa disesuaikan dengan persentase keuntungan dari 20% sampai 30% dari modal pembelian bahan baku sesuai dengan tingkat kesulitan masakan yang dibuat.

(3) Distribusi (*Place*)

Saat ini Catering Risky Banjarbaru belum memiliki tempat khusus, saat ini Catering Risky Banjarbaru hanya memproduksi makanan dari rumah yaitu rumah yang merupakan sekaligus tempat tinggal pemilik Catering Risky Banjarbaru yang berada pada daerah Kelurahan Sungai Ulin, Banjarbaru Utara, Kota Banjarbaru kemudian makanan yang sudah jadi akan diantar langsung ke konsumen langsung atau diantar langsung pada tempat acara yang dipesan konsumen.

(4) Promosi (*Promotion*)

Catering Risky Banjarbaru tidak banyak melakukan promosi penjualan, Catering Risky Banjarbaru mendapatkan konsumen dari konsumen sebelumnya yang merekomendasikan untuk menggunakan Catering Risky Banjarbaru jika ada yang bertanya untuk catering yang digunakan atau konsumen langsung menghubungi pada nomer telepon atau WA yang tertera pada kotak makanan.

Bauran pemasaran yang seharusnya dilakukan agar dapat meningkatkan penjualan pada Catering Risky Banjarbaru.

(1) Produk (*Product*)

Dalam upaya meningkatkan penjualan agar realisasi penjualan terus tercapai setiap bulannya Catering Risky Banjarbaru harus mengamati kebutuhan

produk yang diperlukan konsumen yaitu bisa memvariasikan produk sesuai kebutuhan seperti pada awal tahun pada acara pemerintahan tidak begitu banyak acara sehingga pesanan tidak banyak, agar target tercapai Catering Risky Banjarbaru bisa menjual makanan kepada masyarakat umum dengan paketan menu tertentu yang sedang digemari masyarakat.

(2) Harga (*Price*)

Dalam penetapan harga kedepannya perlu juga memperhatikan persaingan selain keuntungan semata seperti yang diuraikan pada teori diatas, yaitu terus mengamati persaingan dan penetapan harga tidak jauh dari harga pesaing, karena jika terlalu jauh konsumen bisa beralih ke catering lain, jika tidak terlalu jauh walau lebih mahal dalam usaha catering tidak terlalu masalah karena konsumen lebih menomer satukan rasa dan kualitas produknya setelah itu baru harga yang dipertimbangkan.

(3) Distribusi (*Place*)

Kedepannya juga perlu direncanakan untuk pembangunan tempat khusus dalam produksi Catering Risky Banjarbaru yaitu pada lokasi khusus catering hal ini juga agar bukti fisik dari Catering Risky Banjarbaru lebih terlihat dan semakin meyakinkan konsumen jika Catering Risky Banjarbaru merupakan usaha yang profesional yang dilengkapi dengan ijin usaha serta sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia agar menambahkan nilai positif terhadap Catering Risky Banjarbaru agar konsumen tidak ragu ketika memesan produk makanan pada Catering Risky Banjarbaru.

(4) Promosi (*Promotion*)

Kedepannya Catering Risky Banjarbaru juga perlu melakukan promosi kedepannya, karena penjualan akan meningkat jika promosi dilakukan dengan memperluas pemasaran tidak hanya pada acara di pemeritahan namun pada masyarakat umum hal ini bisa dilakukan dengan cara memanfaatkan media sosial yang tidak berbayar seperti instagram dan lain sebagainya bisa juga sesekali pada media periklanan seperti televisi dan radio hal ini dilakukan agar pemasaran Catering Risky Banjarbaru lebih luas lagi sehingga pendapatan Catering Risky Banjarbaru semakin meningkat.

IMPILKASI HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama ini Catering Risky Banjarbaru melakukan kegiatan usahanya lebih banyak pada pesanana acara pemeritahan dan event lainnya seperti perkawinan dan hajatan lainnya, Catering Risky Banjarbaru saat ini belum memiliki tempat produksi makanan dilakukan di rumah serta tidak melakukan promosi penjualan, kedepannya pemasaran dari Catering Risky Banjarbaru bisa diperluas lagi tidak hanya dominan pada pemerintahan namun juga memenuhi kebutuhan masyarakat umum, merencanakan pembangunan tempat usaha catering sebagai bukti fisik usaha agar konsumen semakin yakin ketika melakukan pemesanan produk serta memaksimalkan promosi penjualan agar Catering Risky Banjarbaru semakin besar pemasarannya dan penjualan semakin meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2012, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, cetakan kelima, edisi revisi, Penerbit : Alfabeta, Bandung.
- Assauri, Sofyan, 2010, *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi*, Cetakan kedelapan, Penerbit ; PT. Raja Grafindo, Jakarta.
- Catur E. Rismiati dan Ig. Bondan Suratno, 2001, *Pemasaran Barang dan Jasa*, cetakan pertama, Penerbit : Kanisius, Yogyakarta
- Chandra, Gregerios .2004. *Service, Quality. Satisfaction*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Firdaus, Muhammad 2010, *Manajemen Agribisnis*, edisi satu, cetakan pertama, Penerbit : Bumi Aksara, Jakarta
- Gitosudarmo, Indriyo, 2010, *Manajemen Pemasaran*, edisi pertama, cetakan keempat, Penerbit : BPFE – Yogyakarta
- Handoko . T. Hani. 2012. *Manajemen Personalialia dan Sumber Daya Manusia*. BPFE. Yogyakarta.
- Hurriyati, Ratih .2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, cetakan pertama, Penerbit : Alfabeta, Bandung
- Kabalmay, 2010. *Designing Qualitatitative Research*. Sage Publication. London.
- Kotler Philip, 2012, *Manajemen Pemasaran*, edisi Millenium, terjemahan Hendra Teguh, dan Ronny A. Rusli, Penerbit : Prenhallindo, Jakarta
- Muhamad Shiroth .2010. *Analisis Strategi Pemasaran Jasa Pada Hotel Misiliana Di Toraja Utara*. USU. Medan
- Rangkuti, Freddy, 2010, *Strategi Promosi Yang Kreatif*, edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit : Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Rismiati dan Suratno .2011. *segmentasi pasar*. Gunung Agung. Jakarta
- Simbong Mangiwa .2010. *Upaya Meningkatkan Pelanggan Global Guest House Depok melalui Bauran Pemasaran*. Untar. Jakarta
- Sunarto, 2013, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Penerbit : AMUS, Yogyakarta
- Swastha, Basu, 2010. *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, edisi pertama, cetakan keempat, Penerbit : BPFE, Yogyakarta
- Umar .2008. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*". Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Yazid, 2005, *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*, edisi kedua, cetakan ketiga, Ekonisia, Yogyakarta.