

ABSTRAK

RICHO DWI KUSDIANTO. 16.31.0776, Strategi Pemasaran Cash And Carry sebagai cara untuk meningkatkan Omzet Penjualan Ayam Geprek di warung makan Stand Dj Banjarmasin

Pembimbing I : Khuzaini, Pembimbing II Aris Setia Noor

Strategi Pemasaran yang digunakan warung makan Stand DJ Banjarmasin sistem cash and carry memungkinkan usaha dapat bertahan meskipun PSBB sedang diterapkan namun bagaimana penerapan strategi ini agar dapat meningkatkan omzet penjualan ayam geprek di warung makan Stand DJ

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif atau disebut analisis, Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yaitu penelitian tentang status subjek penelitian yang berkenaan dengan suatu fase spesifik atau khas dari keseluruhan personalitas dengan metode observasi dan wawancara untuk mendapatkan data.

Hasil penelitian 1) strategi pemasaran cash and carry yang selama ini diterapkan pada warung makan Stand DJ Banjarmasin adalah dengan bayar disaat memesan makanan sehingga dapat menghindari tumpukan antrian dikasir dan mengurangi resiko salah hitung pesanan maupun kembalian uang konsumen sehingga dapat mengurangi beban kasir dalam melayani konsumen dan 2) Strategi cash and carry yang sebaiknya diterapkan dalam rangka meningkatkan omzet penjualan pada warung makan Stand DJ Banjarmasin adalah dengan memperhatikan bauran pemasaran yang dimilikinya, yaitu memperbaiki kualitas produk, harga, promosi dan kebersihan tempat usaha sehingga menarik minat konsumen baru dan loyalitas pelanggan dapat dipertahankan.

Kata kunci : Strategi, Cash And Carry , Omzet penjualan.

ABSTRACT

RICHO DWI KUSDIANTO. 16.31.0776, Cash and Carry Marketing Strategy as a way to increase Geprek Chicken Sales Turnover at Stand Dj Banjarmasin food stalls

Advisor I: Khuzaini, Advisor II Aris Setia Noor

The marketing strategy used by the Banjarmasin DJ stand stall cash and carry system allows businesses to survive even though PSBB is being implemented but how is the application of this strategy in order to increase the sales turnover of geprek chicken at the DJ Stand stand

This research is a qualitative study or called analysis. The method used in this study is a descriptive method that is research on the status of the research subject

regarding a specific or typical phase of the whole personality by observation and interview methods to obtain data.

The results of the study 1) cash and carry marketing strategies that have been applied at Banjarmasin DJ Stand food stalls are to pay when ordering food so as to avoid the queue pile in the cashier and reduce the risk of miscalculating orders and consumer refunds so as to reduce the burden of cashiers in serving consumers and 2) Cash and carry strategy which should be applied in order to increase sales turnover at Banjarmasin DJ Stand food stalls is to pay attention to the marketing mix it has, namely improving product quality, price, promotion and cleanliness of business premises so as to attract new consumer interest and customer loyalty can be maintained .

Keywords: Strategy, Cash And Carry, Sales turnover.

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Permasalahan

Pada dasarnya tujuan utama dalam mendirikan sebuah usaha adalah mencari laba semaksimal mungkin, selain itu keberhasilan suatu usaha dalam mencapai tujuan itu sangat dipengaruhi oleh kemampuan usaha dalam memasarkan produknya. Suatu usaha dapat menjual produknya dengan harga yang mengantungkan pada tingkat kualitas yang diharapkan, akan mampu mengatasi tantangan dari para pesaing terutama dalam bidang pemasaran.

Untuk menarik konsumen melakukan pembelian maka usaha itu harus bisa menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi sehingga keberhasilan strategi pemasaran itu dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu riset dan analisa pasar, keputusan tentang produk, penetapan harga, promosi dan distribusi.

Menurut Kotler, (2000:10) agar produk yang dipasarkan dapat berhasil, maka usaha harus menggunakan konsep pemasaran yang meliputi manfaat, mutu atau kualitas dan kepuasan antara kebutuhan dengan keinginan, sehingga usaha akan memperoleh target Meningkatkan omzet penjualan yang diinginkan. Sedangkan suatu produk betapapun bermanfaat tapi jika tidak dikenal oleh konsumen, maka produk tersebut tidak akan diketahui kemanfaatannya (Tjiptono, 2005:219).

Pelayanan sebisa mungkin diusahakan harus bisa meningkatkan jumlah penjualan untuk seluruh produk yang dihasilkan dengan disertai oleh peningkatan omzet penjualan, untuk itu warung makan cepat saji ayam geprek Stand DJ mengadakan pelayanan bayar dan bungkus (*Cash and carry*) dalam masa PSBB pandemi Covid 19 yang sedang terjadi dengan menggunakan jasa pengantaran makanan oleh Gojek untuk diantar kerumah agar bisa tetap berjualan dan memenuhi keinginan pelanggan tetapnya.

Saat ini Warung makan Stand DJ masih bertahan di tengah ancaman wabah Covid 19 dan persaingan kuliner yang sangat sengit di Kota Banjarmasin, sejak saat mulai beroperasi hingga saat ini warung makan cepat saji Stand DJ yang menyajikan ayam geprek pada saat normal bisa menjual

300 porsi ayam geprek, pecel lele maupun ayam goreng biasa namun dengan adanya wabah Covid 19 jumlah penjualan menurun drastis, namun apabila dibandingkan dengan warung makan yang lain masih lebih baik karena saat ini dengan adanya pandemi Covid banyak warung makan yang terpaksa tutup karena tidak dapat memenuhi biaya operasional dan upah pekerja yang disebabkan minimnya angka penjualan.

Warung makan cepat saji Stand DJ merupakan warung makan yang menyajikan berbagai makanan cepat saji sesuai dengan selera dan kemampuan mahasiswa yang dimulai usahanya sejak tahun 2012, pada awalnya pemilik usaha warung makan cepat saji Stand DJ, yaitu Bapak Dodi seorang perantau dari Kota Medan Sumatera Utara memulai membuka usaha kecil seperti warung dipinggir jalan dan menyajikan menu makan cepat saji ayam goreng, karena pada tahun 2012 belum ada menu makanan ayam geprek, seiring berjalannya waktu usaha yang dijalani semakin banyak dikenal masyarakat sekitar, khususnya mahasiswa UNISKA yang kos disekitar kampus serta menerima pesanan catering masyarakat dirumah untuk acara ULTAH,dll.

Dari sinilah beliau melihat ada peluang bisnis yang bagus untuk dikembangkan dengan membuka usaha warung makan cepat saji yang lebih besar lagi dan karyawan yang bekerja disana rata-rata berjumlah 12 orang yang berasal dari mahasiswa UNISKA yang kuliah kelas malam dan masyarakat yang mana mempunyai tugas masing-masing yang berbeda sehingga seiring berjalannya waktu usaha tersebut semakin berkembang dengan pengunjung yang datang setiap hari.

Jadi dengan bertahannya warung makan Stand DJ dibandingkan warung makan lain yang tutup dan berguguran, maka strategi pemasarannya perlu diacungi jempol, berdasarkan wawancara dengan pemilik warung, yaitu Bapak Dodi salah satu strategi yang diandalkan untuk tetap bisa menjual adalah dengan memberikan fasilitas bagi para abang Ojek Online untuk menunggu orderan diwarungnya sehingga apabila abang OJOL (Ojek Online) ada orderan maka mereka akan merekomendasikan kepada pembeli untuk membeli di warung makan Stand DJ yang beralamat di belokan Universitas Islam Kalimantan dengan menu ayam geprek yang penyajiannya tidak makan waktu lama selain itu letaknya yang strategis dan mudah diakses yaitu berseberangan dengan bekas Foodmart, namun dengan adanya pandemi virus corona yang lagi meneror seluruh dunia tentunya pak Dodi harus memutar otak lebih keras agar usahanya tidak gulung tikar untuk itulah beliau menerapkan strategi pemasaran cash and carry yang selama ini masih setengah hati dilaksanakan agar dapat meningkatkan penjualan karena adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) menyebabkan pengunjung tidak boleh makan dan menikmati makanan di warungnya seperti biasa tetapi hanya boleh dibungkus saja, dengan adanya permasalahan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “Strategi Pemasaran Cash And Carry warung makan Stand DJ Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Ayam Geprek”.

2. Penjelasan Judul

Adapun Judul skripsi ini adalah “Strategi Pemasaran cash and carry warung makan Stand DJ dalam meningkatkan Omzet Penjualan Ayam Geprek”. Dalam skripsi yang mengangkat judul tersebut penulis akan memberikan beberapa hal yang perlu dijelaskan untuk memberikan gambaran dan pengertian yang jelas, yaitu :

Pertama: Strategi pemasaran, hal ini adalah permasalahan yang akan penulis paparkan dalam penulisan skripsi ini.

Kedua: Meningkatkan omzet penjualan merupakan objek dari penulisan skripsi ini.

Ketiga: Warung makancepat saji ayam geprek Stand DJ adalah usaha Kuliner atau menjual makanan berupa Ayam geprek.

3. Perumusan Masalah

- 1) Bagaimana Strategi pemasaran Cash and Carry yang selama ini diterapkan pada warung makan Stand DJ Banjarmasin ?
- 2) Bagaimana strategi Cash and Carry yang sebaiknya diterapkan dalam rangka meningkatkan omzet penjualan pada warung makan Stand DJ Banjarmasin?

4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1) Tujuan

- (1) Untuk mengetahui Strategi pemasaran Cash and Carry yang selama ini diterapkan pada warung makan Stand DJ Banjarmasin
- (2) Untuk mengetahui strategi Cash and Carry yang sebaiknya diterapkan dalam rangka meningkatkan omzet penjualan pada warung makan Stand DJ Banjarmasin

2) Manfaat

(1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran terutama menyangkut masalah strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah penjualan produk.

(2) Manfaat Praktis

Penelitian ini bisa dijadikan bahan acuan atau referensi oleh warung makan cepat saji Stand DJ dalam menerapkan strategi pemasaran guna meningkatkan jumlah penjualan produknya.

5. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yaitu penelitian tentang status subjek penelitian yang berkenaan dengan suatu fase spesifik atau khas dari keseluruhan personalitas, dalam hal ini adalah Analisis Pemasaran metode cash and carry untuk meningkatkan jumlah penjualan pada warung makan Stand DJ.

Jenis penelitian adalah Deskriptif Analisis yaitu metode penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang berlangsung saat ini atau saat yang lampau.

1) Jenis dan sumber data

Dalam penyusunan dan pembuatan skripsi pada penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian yang sederhana dengan menggunakan beberapa metode untuk mengumpulkan data yaitu yang bersumber dari:

- (1) Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari objek penelitian yaitu dimana objek penelitiannya adalah warung makan Stand DJ Banjarmasin.
- (2) Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari berbagai sumber yang dapat menunjang validitas data yang akan dianalisis selanjutnya.

2) Pengolahan dan analisis Data

Data yang diperoleh diedit dan dianalisa secara deskriptif yaitu dilakukan dengan perhitungan angka rata-rata dalam persentase dilihat dari omzet penjualan makanan yang dipesan

Skala Penilaian

Kategori	Nilai
SS (Sangat Setuju)	5
S (Setuju)	4
CS (Cukup Setuju)	3
TS (Tidak Setuju)	2
STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Berdasarkan jumlah responden yang didapat pada penelitian lapangan dengan total sampel adalah 30 orang, maka dapat ditentukan bobot penilaian dengan menggunakan jarak yang dapat dihitung melalui nilai tertinggi dan nilai terendah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Jarak} &= (\text{Nilai Tertinggi} \times \text{Sampel}) - (\text{Nilai Terendah} \times \text{Sampel}) \\ &= (5 \times 30) - (1 \times 30) \\ &= (150) - (30) \\ &= 120 \end{aligned}$$

Dengan diketahuinya nilai dari jarak, maka dapat ditentukan interval dan perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{120}{5} = 24$$

Kriteria Penilaian

Interval Kelas	Kriteria Penilaian
30-53	Sangat Baik
54-77	Baik
78-101	Cukup Baik
102-126	Tidak Baik
127-150	Sangat Tidak Baik

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

1) Deskripsi Responden

Warung makan Stand DJ Banjarmasin dalam melakukan pelayanan terhadap pesanan pelanggan menggunakan prinsip *cash and carry*, yang apabila diartikan dalam bahasa Indonesia adalah bayar dan bawa pulang. Artinya pelanggan membayar terlebih dahulu baru bisa menikmati makanan yang disajikan.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Dodi pemilik warung makan mengapa menggunakan teknik penjualan seperti itu, menurutnya teknik itu mempunyai beberapa keuntungan yaitu :menghindari selisih harga pesanan yang dipesan dengan yang dibayar, sehingga dapat menekan angka kerugian akibat pembeli lupa membayar makanan apa saja yang telah dimakan.

Hal ini sangat beresiko pada warung makan sistem prasmanan yang bayarnya belakangan, karena pelanggan mengambil sendiri dan terkadang lupa apa saja yang telah dimakan sehingga berpotensi mengurangi keuntungan, selain itu di masa PSBB sistem penjualan ini menyebabkan warung makan boleh berjualan asalkan menggunakan teknik *cash and carry* atau sistem bungkus dan bawa pulang.

Sehingga pada saat warung makan lain tidak boleh berjualan karena terkendala aturan PSBB, warung makan nya masih bisa berjualan dengan syarat pembeli makan bawa pulang kerumah atau bisa pesan pada GOJEK kemudian diantarkan kerumah.

Menurutnya teknik ini lebih efektif dalam meningkatkan omzet penjualan dimasa PSBB, untuk lebih jelasnya marilah kita simak pendapat responden mengenai strategi pemasaran dengan menggunakan sistem penjualan *cash and carry* ini dimasa PSBB ataupun dimasa normal. Mengenai gambaran umum responden merupakan informasi yang dapat dibaca dan dipahami agar kita mengetahui siapa saja yang menjadi obyek penelitian ini sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan, dari hasil penyebaran kuisioner terhadap 30 responden yang terdiri dari 12 pemilik dan karyawan Stand DJ serta 18 pelanggan yang datang langsung, diperoleh gambaran umum deskripsi responden mengenai usia, jenis kelamin, jenis pekerjaan dan intensitas kunjungan/makan di Stand DJ.

(1) Usia

Tabel
Deskripsi Responden Menurut Usia

No	Umur	Jumlah	Persentase
1	< 20 tahun	3	10%
2	10-20 tahun	10	33,3%
3	21-25 tahun	12	40%
4	> 25 tahun	5	16,7%
Jumlah		30	100%

Sumber : Data primer yang di olah (2020)

Dari Tabel tersebut menunjukkan diketahui bahwa dari 30 responden yang pernah datang ke warung makan Stand DJ yang dalam hal ini, makan ditempat paling banyak mempunyai usia antara 10-20 tahun sebanyak 12 orang (40%), kemudian yang dengan usia 21-25 tahun sebanyak 10 orang (33,3%), responden yang mempunyai usia lebih dari 25 tahun sebanyak 5 orang (16,7%), dan yang berusia kurang dari lebih dari 10 tahun sebanyak 3 orang (10%), dari keseluruhan 30 responden maka yang paling dominan berumur 21-25 tahun yakni sebanyak 12 orang, artinya yang datang membeli di Stand Dj mayoritas adalah usia muda atau usia sekolah dan kuliah.

(2) Jenis Kelamin

Tabel
Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	18	60%
2	Perempuan	12	40%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data primer yang diolah (2020)

Tabel tersebut diketahui bahwa kebanyakan responden yang datang ke warung makan Stand DJ adalah jenis kelamin laki-laki sebanyak 18 orang (60%) dan jenis kelamin perempuan sebanyak 12 orang (40%) dari keseluruhan responden, jadi dari angka tersebut menggambarkan bahwa konsumen di warung makan Stand DJ di dominasi oleh laki-laki yang lebih menyukai masakan yang praktis, cepat dan menyukai rasa pedas.

(3) Intensitas Kedatangan Responden

Tabel
Intensitas Kedatangan Responden

No	Intensitas (/bulan)	Jumlah	Persentase
1	1 – 4 kali	10	33,4%
2	> 5 – 8 kali	20	66,6%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data Primer yang diolah (2020)

Dari Tabel diatas, intensitas Kedatangan responden atau pelanggan ke tempat Stand DJ lebih dominan > 5-8 kali/bulan berjumlah 20 orang (66,6%) ini artinya pelanggan tetap dan 1 – 4 kali/bulan sebanyak 10 orang (33,4%). Hal tersebut disebabkan karena pelayanan, hidangan menu yang disajikan dan kemampuan serta kesopanan karyawan untuk melayani pelanggan sangat meyakinkan sehingga pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan oleh pihak warung makan Stand DJ sehingga menarik konsumen untuk datang kembali sehingga meningkatkan jumlah penjualan.

(4) Karakteristik Pekerjaan

Tabel
Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar	9	30%
2	Mahasiswa	14	46,7%
3	Lainnya	7	23,3%
Jumlah		30	100%

Sumber : Data primer (2020)

Berdasarkan Tabel yakni deskripsi identitas responden berdasarkan pekerjaan menunjukkan bahwa responden yang memiliki pekerjaan sebagai berikut: Pelajar sebanyak 9 orang, Mahasiswa sebanyak 14 orang, dan yang memiliki pekerjaan lainnya sebanyak 7 orang. pekerjaan yang mendominasi ialah yang memiliki pekerjaan adalah mahasiswa sebanyak 14 orang (46,7%)

(5) Pendapat Konsumen terhadap sistem pembayaran *Cash and Carry* di warung makan Stand DJ

Tabel
Jawaban konsumen atas pertanyaan “apakah anda tidak merasa keberatan saat memesan makanan tapi membayar terlebih dahulu (sistem cash and carry)?”

Pertanyaan		Responden	Persentase
apakah anda tidak merasa keberatan saat memesan makanan tapi membayar terlebih dahulu (sistem cash and carry)?”	Sangat tidak Keberatan	11	36,6%
	Tidak keberatan	16	53,4%
	Keberatan	3	10%
		30	100%

Sumber : Data primer (2020)

Pada tabel di atas tampak bahwa sebagian besar responden tidak keberatan atas sistem pembayaran menggunakan teknik *cash and carry*, menurut Siti petugas kasir sistem *cash and carry* mempermudah dirinya dalam melayani pembayaran pesanan oleh pelanggan karena pelanggan menyebutkan pesannya kemudian di total jumlah pembeliannya menggunakan program kasir kemudian pembeli membayar, jadi tidak ada resiko salah pengembalian yang sering terjadi apabila pembeli sedang banyak pada waktu makan siang

Pendapat tersebut dibenarkan oleh pak Dodi pemilik warung makan Stand DJ, menurutnya sistem pembayaran tersebut dia terapkan karena pengalamannya, sebelumnya dia mengatakan warung makan miliknya merupakan warung makan sistem prasmanan, namun dengan sistem tersebut keuntungan yang diperoleh sedikit, maksudnya apabila memasak untuk 300 porsi ternyata uang yang didapat hanya 275 porsi, artinya ada sekitar 25 porsi yang tidak terhitung, selisih ini bisa disebabkan oleh pelanggan yang sebagian

besar mahasiswa lupa membayar atau porsi yang diambil lebih banyak dari standar, maksudnya terlalu banyak ambil sayur atau ambil ayam 2 ngaku makan 1 dan seterusnya sehingga untuk memperbaiki kerugian tersebut maka segera menerapkan sistem *cash and carry*.

Pelayanan warung makan Stand DJ dengan menggunakan sistem *cash and carry* juga bisa dikatakan memuaskan pelanggan, hal ini terlihat sebanyak 16 responden yang semuanya pelanggan yang datang (53,4% dari 30 orang responden) menyatakan bahwa sistem *cash and carry* memungkinkan mereka tidak menunggu terlalu lama untuk makan ditempat atau dibawa pulang sehingga tidak perlu menunggu antrian yang lama seperti di tempat makan lain ketika jam-jam sibuk.

Konsumen yang menyatakan sangat tidak keberatan dengan penerapan sistem *cash and carry* di warung makan Stand DJ sebesar 16 responden atau 36,6%, dan hanya 3 responden (10%) yang menganggap keberatan dengan sistem *cash and carry* yang diterapkan sehingga bisa dipastikan kelompok ini adalah kelompok mahasiswa yang merasa dirugikan dengan penerapan sistem pembayaran dimuka. Dari data di atas sangat jelas bahwa baik pembeli dan karyawan di warung makan Stand DJ sebanyak 27 responden (90%) tidak keberatan dengan penerapan sistem pembayaran *cash and carry*.

Menurut pengamatan peneliti, sistem *cash and carry* memang efektif diterapkan pada warung makan yang sudah memiliki pelanggan yang banyak sehingga diperlukan kecepatan dalam proses pelayanan karena banyak juga usaha kuliner yang sebenarnya masakan atau menunya enak dan disukai banyak orang namun karena lambatnya pelayanan atau penyajian makanan, pelanggan jadi kecewa karena terlalu lama menunggu.

Setelah mengetahui tanggapan responden mengenai sistem pembayaran *cash and carry* selanjutnya kita ingin mengetahui tanggapan responden mengenai omzet penjualan dengan pertanyaan dan hasil kuesioner sebagai berikut :

Tabel
Frekuensi Jawaban pegawai terhadap peningkatan Jumlah Penjualan

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Jumlah
1	Jumlah penjualan di Warung makan Stand DJ selalu meningkat setiap bulannya	15 50%	8 26,6%	4 13,3%	3 10%	0 0%	30 100%
2	Penerapan sistem <i>cash and carry</i> membuat saya tidak lama menunggu	13 43,33%	10 33,33%	5 16,66%	2 6,66%	0 0%	30 100%
3	Dengan penerapan sistem <i>cash and carry</i> menyebabkan pelanggan tidak tertumpuk dikasir	17 56,66%	11 36,66%	1 3,33%	1 3,33%	0 0%	30 100%

Sumber : Data primer (2020)

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas mengenai pernyataan “Jumlah penjualan di Warung makan Stand DJ selalu meningkat setiap bulannya” sebanyak 15 responden (50%) menyatakan sangat setuju, 8 responden (26,6%) setuju, 4 responden kurang setuju (13,3%) dan 3 responden (10%) tidak setuju.

Kemudian dengan pernyataan “Penerapan sistem cash and carry membuat saya tidak lama menunggu” sebanyak 13 responden (43,33%) menyatakan sangat setuju, 10 responden (33,33%) setuju, 5 responden (16,66%) kurang setujuan dan 2 responden (6,66%) kurang setuju.

Sedangkan pernyataan “Dengan penerapan sistem cash and carry menyebabkan pelanggan tidak tertumpuk dikasir” sebanyak 17 responden (56,66%) menyatakan sangat setuju, 11 responden (36,66%) menyatakan setuju, 1 responden (3,33%) menyatakan kurang setuju dan 1 responden tidak setuju.

Hasil di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden (78,6%) menyatakan bahwa penjualan di warung makan Stand DJ selalu meningkat setiap bulannya, kemudian 23 responden (76,67%) menyatakan “Penerapan sistem cash and carry membuat saya tidak lama menunggu” dan atas pernyataan “Dengan penerapan sistem cash and carry menyebabkan pelanggan tidak tertumpuk dikasir” sebanyak 28 responden (93,33%) menyatakan setuju.

Berdasarkan hasil di atas maka dapat disimpulkan bahwa sistem pembayaran *cash and carry* menurut sebagian besar responden (> 75%) meningkatkan omzet penjualan warung makan Stand DJ.

Berdasarkan wawancara dengan Amir (21 tahun), mahasiswa UNISKA yang makan siang di Stand DJ ketika ditanya mengapa memilih makan di Stand DJ, ia menjawab bahwa menu ayam geprek yang disediakan selain ukurannya lebih besar dari tempat lain juga boleh tambah sambal pedesnya tanpa perlu menambah pembayaran sehingga menyebabkan Amir yang menyukai masakan pedas selalu makan siang di stand DJ setelah pulang kuliah dengan alasan harga dan rasanya sesuai selera anak kost.

- (6) Strategi pemasaran *Cash and Carry* yang selama ini diterapkan pada warung makan Stand DJ Banjarmasin

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Dodi pemilik rumah makan Stand DJ strategi *Cash and Carry* yang dilaksanakan di warung makannya dimulai dengan pembeli memesan makanan yang dikehendaknya dengan melihat daftar harga dan menu makanan tersedia yang ditempel di dinding dekat kasir, setelah memastikan menu yang dibeli lalu pembeli memberitahu paket makanan yang ingin dibelinya kemudian kasir memproses di mesin kasir dan mengeluarkan struk pembayaran dengan besaran rupiah yang harus

dibayarkan, setelah pembeli membayar maka makanan segera disiapkan untuk dimakan ditempat atau dibungkus.

Strategi ini diterapkan diwarungnya karena pengalaman pada waktu pelanggan banyak datang, khususnya pada jam makan siang maka pelanggan akan tertumpuk dikasir untuk membayar ataupun memesan makanan sehingga kasir menjadi kewalahan dan sering terjadi kesalahan dalam memproses pesanan maupun mengembalikan uang kembalian pembeli namun semenjak sistem cash and carry diterapkan tidak terjadi lagi hal serupa.

- (7) Strategi *Cash and Carry* yang sebaiknya diterapkan dalam rangka meningkatkan omzet penjualan pada warung makan Stand DJ Banjarmasin

Mengenai pertanyaan peneliti mengenai bagaimana strategi *Cash and Carry* yang sebaiknya diterapkan dalam rangka meningkatkan omzet penjualan pada warung makan Stand DJ Banjarmasin, Bapak Dodi menjawab bahwa dia sebenarnya mempunyai ide memperbaiki strategi yang sudah berjalan dengan cara membuat aplikasi android untuk warungnya, jadi pelanggan bisa memesan melalui online dan pembayaran bisa melalui transfer ataupun perantara GOJEK yang mengantarkan makanan, sehingga warung makannya bisa menjual produknya keseluruh pelosok kota Banjarmasin dan sekitarnya yang tentunya akan meningkatkan omzet penjualan, karena konsumen bukan hanya orang yang mampu datang ke warungnya melainkan pelanggan yang dapat dijangkau layanan GOJEK dalam hal ini GOFOOD untuk mengantarkan makanan pesanan, karena kalau mendaftar GOFOOD dipotong keuntungan sebesar 10-15% dan apabila mengantar dengan GOJEK dikenakan biaya lagi tentunya, makanan yang dijualnya sudah menjadi berkali lipat harganya sehingga pembeli mempertimbangkan biaya tambahan tersebut dan memilih warung makan yang bisa didatangi disekitar rumahnya.

Namun karena membuat aplikasi Android sendiri seperti GOFOOD sangat mahal biayanya, maka strateginya tersebut ditunda dulu dan memprioritaskan menjaring pelanggan dan mahasiswa yang lalu lalang ataupun berdomisili di dekat warungnya saja, yang tentu saja menjadikan cakupan pemasaran atau jumlah pelanggan warungnya terbatas pada yang lewat maupun yang singgah diwarungnya saja.

2. Pembahasan

- 1) Strategi pemasaran *Cash and Carry* yang selama ini diterapkan pada warung makan Stand DJ Banjarmasin

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa strategi pemasaran *Cash and Carry* yang selama ini diterapkan pada warung makan Stand DJ Banjarmasin adalah dengan konsumen langsung membayar pada saat memesan menu makanan sehingga dapat mengurangi antrian di kasir dan

kesalahan dalam perhitungan jumlah pesanan dengan jumlah makanan yang disantap pelanggan.

Berdasarkan penilaian peneliti yang didasarkan atas penilaian saat wawancara, bahwa pemilik Stand DJ hanya mementingkan warung makannya ramai dan tidak terlalu fokus pada keuntungan atau profit yang layak sehingga bekerja cenderung sebagai kerja bakti atau dalam kata lain susah payah namun hanya balik modal saja, baiknya pemilik memperhatikan aspek yang lebih penting bagi Stand DJ dalam melaksanakan strategi *cash and carry*, yaitu dapat membedakan antara omzet yang merupakan nilai total produk yang dijual dan keuntungan, sebagai pendapatan kotor omzet belum dikurangi biaya modal seperti gaji pegawai, biaya operasional, dll. Maka omzet sering dijadikan patokan untuk menilai skala besar kecilnya sebuah perusahaan. Namun, angka yang muncul tersebut belum bisa mencerminkan keuntungan bersih yang perusahaan tersebut dapat. Sehingga warung makan yang kelihatan ramai belum tentu mendapatkan keuntungan yang normal, sedangkan profit merupakan nilai jual dari sebuah produk yang sudah dikurangi dengan biaya modal, maka nilai tersebut sudah bersih menjadi keuntungan sebuah perusahaan, karena telah dikurangi oleh biaya seperti gaji karyawan, biaya produksi, dll. Profit ini mencerminkan nilai nyata dari keuntungan yang bisa didapat, nilai ini adalah pendapatan bersih. Sehingga dengan fokus pada profit atau keuntungan pengelola Stand DJ dapat mengembangkan usahanya lebih cepat lagi dan bukan sekedar bekerja dan mempunyai usaha yang laris namun hasilnya tidak signifikan.

- 2) Strategi *Cash and Carry* yang sebaiknya diterapkan dalam rangka meningkatkan omzet penjualan pada warung makan Stand DJ Banjarmasin

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *cash and carry* yang dilaksanakan warung makan Stand DJ sudah cukup baik dalam menarik pelanggan untuk singgah dan melakukan pembelian sehingga meningkatkan omzet penjualan, namun ada beberapa hal yang perlu digarisbawahi untuk memperbaiki kinerja pemasaran *cash and carry* yang sudah berjalan diantaranya:

- (1) Melakukan promosi serta mengembangkan usaha secara berkesinambungan agar mampu bertahan dan semakin berkembang di masa yang akan datang.
- (2) Perbaiki layanan guna peningkatan kedekatan dengan pelanggan dan peningkatan loyalitas pelanggan.
- (3) Perbaiki kinerja guna meningkatkan keunggulan operasional, penguasaan teknologi, dan kemitraan dengan pihak lainnya.

Usahan meningkatkan omzet penjualan oleh warung makan Stand DJ merupakan kombinasi aspek-aspek strategi pemasaran yang dilakukan yang terdapat dalam bauran pemasaran sesuai dengan pendapat Kotler (2003) sebagai berikut :

(1) Produk

Produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai pasar atau sasaran dan memberikan manfaat kapuasan dalam bentuk barang atau jasa, produk yang ditawarkan oleh Warung makan Stand DJ adalah selalu dikembangkan berdasarkan minat masyarakat sehingga sajian yang ditawarkan dan dijadikan andalan walaupun satu jenis yaitu ayam geprek namun dengan varian rasa dan paket yang sesuai dengan minat konsumen

(2) *Place* (distribusi)

Distribusi merupakan suatu struktur unit organisasi dalam perusahaan yang terdiri dari atas agen, pedagang besar dan pengecer melalui sebuah komoditi produk atau jasa ang dipasarkan. Adapun distribusi yang ada pada Stand DJ sebagai berikut :

- (1) Kondisi menu dan hidangan selalu segar dan hangat dimasak ketika ada pesanan
- (2) Letak Stand DJ sangat strategis yaitu berada dipinggir jalan Adhyaksa yang terletak di daerah pusat bisnis dan pendidikan

(3) Promosi

Strategi pemasaran dalam hal promosi tidak dapat dipisahkan dari bagian sebuah bisnis yang dijalankan oleh pebisnis, promosi merupakan proses untuk menentukan produk dan jasa mereka menjadi lebih menarik bagi para pelanggan, dalam hal ini Stand DJ dengan menggunakan media promosi baik itu melalui media cetak, elektronik serta dari mulut ke mulut serta lebih memperhatikan *customer loyalty* yakni pelanggan tetap lebih diutamakan.

(4) Harga

Adapun harga yang ditawarkan oleh Stand DJ dengan cara melihat atau membandingkan harga suatu produk tersebut. jika harga pesaing murah, maka Stand DJ melihat apakah harganya dapat diturunkan atau dengan harga yang sama, sehingga tidak terjebak pada persaingan tidak sehat dengan menekan harga sehingga dapat merusak keuangan maupun kualitas produk yang dipasarkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa:

- 1) Strategi pemasaran cash and carry yang selama ini diterapkan pada warung makan Stand DJ Banjarmasin adalah dengan bayar disaat memesan makanan sehingga dapat menghindari tumpukan antrian dikasir dan mengurangi resiko salah hitung pesanan maupun kembalian uang konsumen sehingga dapat mengurangi beban kasir dalam melayani konsumen.
- 2) Strategi cash and carry yang sebaiknya diterapkan dalam rangka meningkatkan omzet penjualan pada warung makan Stand DJ Banjarmasin adalah dengan memperhatikan bauran pemasaran yang dimilikinya, yaitu memperbaiki kualitas produk, harga, promosi dan kebersihan tempat usaha

sehingga menarik minat konsumen baru dan loyalitas pelanggan dapat dipertahankan.

2. Saran

Berdasarkan hasil tersebut, peneliti menyarankan :

- 1) Sebaiknya Stand dapat mempertahankan strategi pemasaran cash and carry dan untuk meningkatkannya perlu mengkombinasikan dengan kecanggihan teknologi android agar dapat menjangkau konsumen yang lebih luas.
- 2) Agar dapat lebih memaksimalkan omzet penjualan sebaiknya warung makan Stand DJ menambah menu-menu lainnya serta membikin variasi sambal, menambahkan sayuran dan lainnya untuk menghindari pelanggan bosan dengan menu yang tidak ada perkembangan

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Depok : PT Raja Grafindo Persada.
- Alma, Buchari. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Ke Dua. Yogyakarta : BPFE.
- Barthos, Basir, 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Suatu Pendekatan Makro*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Manullang, M., 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Maryoto, Susilo, 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Ke Dua. Yogyakarta : BPFE.
- Nitisemito, Alex S., 2001. *Manajemen Suatu Dasar dan Pengantar*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Pedoman Penulisan Skripsi Universitas Ialam Kalimantan (UNISKA) M A B Al-Cepat saji Ayam Gepreki Jurusan Manajemen, Cepat saji Ayam Geprek*, 2015.
- Winardi, J. (2), 2005, *Manajemen Perubahan (The Management of Change)*, Cetakan Ke-1, Jakarta, Prenada Media.