

ANALISIS STRATEGI PROMOSI YANG MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN DEPOT WARUNG YOGYA DAN CATERING BANJARBARU

Kartika Nur Rahmayanti¹, Dwi Wahyu Artiningsih², Prihatini Ade Mayvita³
Email : kartikanurrahma05@gmail.com

Fakultas Ekonomi
Program Studi Manajemen
Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah: 1) untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan Depot Warung YOGYA dan Catering Banjarbaru. 2) untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan dimasa yang akan datang dalam upaya meningkatkan loyalitas konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu dengan teknik pengumpulan data: penelitian pustaka, observasi, teknik dokumentasi dan teknik wawancara.

Hasil penelitian ini menunjukkan: 1) Strategi promosi yang telah dilakukan Depot Warung YOGYA dan *Catering* Banjarbaru hanya mengandalkan promosi dari mulut-kemulut dan juga papan nama yang terdapat didepan rumah makan. 2) strategi yang akan dilakukan di masa yang akan datang guna meningkatkan loyalitas konsumen ialah , menurut pemilik Depot Warung YOGYA dan *Catering* Banjarbaru dengan melakukan perluasan usaha ekspansi atau membuka cabang baru yang letaknya lebih strategis di keramaian Kota Banjarbaru.

Adapun saran daam penelitian ini adalah sebaiknya Depot Warung YOGYA dan *Catering* Banjarbaru melakukan perbaikan pada kegiatan promosi. Kegiatan promosi yang disarankan adalah dengan cara periklanan melalui sosial media. Layanan tersebut dapat membantu Depot Warung YOGYA dan *Catering* Banjarbaru agarmenu makanan yang disediakan bisa dikenal oleh konsumen. Selain itu Depot Warung YOGYA dan *Catering* Banjarbaru juga harus aktif mengikuti kegiatan pameran yang sering diselenggarakan oleh Pemerintah, dengan cara membuka *stand food*. Dengan begitu diharapkan mampu meningkatkan loyalitas konsumen dan juga penjualan.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Promosi, Loyalitas Konsumen

PENDAHULUAN

Industri restoran atau warung makan merupakan salah satu sektor usaha yang cukup tua, bahkan usaha dibidang ini telah dikenal sejak tahun 512 SM di jaman Mesir kuno. Pada saat ini restoran sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia modern, sehingga keberadaan restoran sudah menjadi kebutuhan.

Kebiasaan makan di luar rumah yang berkembang saat ini mengakibatkan jumlah restoran di Indonesia mengalami pertumbuhan. Peningkatan permintaan akan makanan menjadi peluang bagi pengusaha untuk membuka bisnis restoran. Pelayanan yang baik, variasi menu makanan, citarasa dan kelezatan makanan, kecepatan penyajian, lokasi strategis dan harga bersaing menjadi indikator bagi suatu restoran. Peningkatan jumlah restoran tersebut mengakibatkan persaingan antar restoran cukup tinggi, khususnya di Banjarbaru. Salah satu penyebab tingginya persaingan antar restoran di Banjarbaru adalah banyaknya bermunculan berbagai jenis restoran, baik yang menyajikan masakan yang berasal dari Luar Negeri maupun dalam Negeri.

Dengan demikian pengusaha dibidang ini perlu menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat mempertahankan pelanggan agar mampu bertahan di bisnis ini. Depot Warung YOGYA dan Catering Banjarbaru berupaya untuk tetap dapat bertahan di Dunia persaingan bisnis yang semakin ketat. Tetapi dalam hal promosi kurang maksimal dalam penerapannya sebab banyak masyarakat yang tidak mengetahui akan keberadaan rumah makan tersebut. Kurangnya promosi membuatnya kalah saing dengan pengusaha makanan yang terus bermunculan, promosi yang dilakukan tidak menjangkau kepada semua lapisan masyarakat sehingga hal tersebut mempengaruhi terhadap penjualan yang tidak stabil dan juga mempertahankan loyalitas para pelanggan. Oleh sebab itu, kegiatan promosi bertujuan untuk memberikan informasi kepada konsumen tentang produk yang dihasilkan, sehingga pelanggan mengetahui dan akan melakukan pembelian berulang.

METODE

1. Jenis Penelitian

1) Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang dilakukan untuk membangun teori suatu data, dimana metode kualitatif bersifat umum fleksibel, dan berkembang dalam proses penelitian. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu dengan teknik pengumpulan data: penelitian pustaka, observasi, teknik dokumentasi dan teknik wawancara.

2. Lokasi Penelitian

1) Penelitian ini dilakukan pada Depot Warung YOGYA dan *Catering* Banjarbaru yang beralamat Jl. Junjung Buih, Loktabat Utara, Kecamatan Banjarbaru Utara, Kota Banjarbaru.

3. Jenis dan Sumber Data

1) Dalam penelitian ini sumber data merupakan komponen yang sangat penting untuk diperhatikan, dipilih dan dikaitkan dengan kebutuhan data guna dapat menyelesaikan permasalahan yang diangkat. Adapun

sumber data yang digunakan adalah data primer. Data primer merupakan data penulis dapatkan secara langsung dari Depot Warung YOGYA dan *Catering* di Banjarbaru sebagai objek penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik-teknik yang digunakan oleh penulis dalam mengumpulkan data adalah:

1) Penelitian Pustaka

Kepustakaan yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mempelajari literatur atau referensi yang berhubungan dengan pembahasan sehingga dapat dipergunakan sebagai acuan dan dasar analisis penelitian ini.

2) Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan Tanya jawab kepada pemilik usaha dan responden lainnya pada Depot Warung YOGYA dan *Catering* di Banjarbaru yang memiliki informai data terkait dengan penelitian.

3) Observasi

Observasi merupakan peninjauan oleh penulis secara langsung kelapangan yakni di Depot Warung YOGYA dan *Catering* di Banjarbaru.

4) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan data melalui laporan atau berkas-berkas yang relevan milik Depot Warung YOGYA dan *Catering* di Banjarbaru.

5. Analisis Data

Analisis data yang digunakan penulis yaitu data yang telah diperoleh dengan cara mengkaji dan membandingkan keadaan *real* dilapangan dengan landasan teoritis pemaaran yang ada khususnya tentang produk-produk yang ditawarkan Depot Warung YOGYA dan *Catering* di Banjarbaru dalam upaya menumbuhkan minat para konsumen agar menjadi pelanggan tetap. Kemudian data tersebut disusun menjadi sebuah wacana yang ditempatkan pada latar belakang penelitian serta pembahasan pada skripsi penulis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi promosi yang telah dilakukan dalam upaya meningkatkan loyalitas konsumen Depot Warung YOGYA dan *Catering* Banjarbaru.

Tujuan perusahaan dalam menjalankan promosi adalah agar masyarakat bisa mengetahui serta akan memberikan tanggapan terhadap produk yang dihasilkan dengan langkah kongkret yaitu dengan pembelian.

Berdasarkan pengamatan dan wawancara yang penulis lakukan dengan pemilik usaha Depot Warung YOGYA dan *Catering* Banjarbaru, kegiatan promosi yang dilakukan masih sangat sederhana. Hanya melakukan penjualan secara langsung kepada konsumen atau hanya mengandalkan pelayanan ditempat saja dan hanya menunggu datangnya konsumen untuk melakukan pembelian. Pada Era sekarang ini media promosi mengalami perubahan yang drastis, semakin dekatnya dunia maya dengan kehidupan sehari-hari membuat

Era digitalisasi tidak bisa dihindari, mau tak mau para pengusaha harus mengikuti perkembangan ini jika ingin memenangkan pasar. Kalau perusahaan tidak mengikuti perkembangan teknologi yang ada, sudah pasti akan tergerus secara perlahan.

Hal ini pun dialami oleh Depot Warung YOGYA dan *Catering* Banjarbaru yang semakin tergeser keberadaannya oleh para pengusaha kuliner lainnya. Tidak adanya promosi yang tepat membuat tidak terlalu terkenal oleh masyarakat terutama dikalangan anak muda. Padahal kalangan anak muda adalah target pasar yang menguntungkan karena mereka menghabiskan pengeluarannya untuk membeli makanan.

Depot Warung YOGYA dan *Catering* Banjarbaru menerapkan strategi promosi yang lebih efektif dan mengikuti perkembangan teknologi di jaman sekarang ini guna bertahan dalam ketatnya persaingan bisnis usaha dibidang kuliner dan membantu meningkatkan loyalitas konsumen sehingga penjualan pun ikut meningkat.

Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen menurut Doyo (2006 ; 45) dalam Nababan (2017; 30) sebagai berikut:

- 1) Nilai (harga dan kualitas).
- 2) Citra (baik dari kepribadian yang dimilikinya dan reputasi dari merek tersebut).
- 3) Kenyamanan dan kemudahan untuk mendapatkan produk.
- 4) Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.
- 5) Pelayanan
- 6) Garansi dan jaminan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi promosi yang meningkatkan loyalitas konsumen pada Depot Warung YOGYA dan *Catering* Banjarbaru.

Berikut ini penulis kemukakan beberapa kesimpulan atas permasalahan yang dibahas, yaitu :

1. Usaha strategi promosi yang telah dilakukan dalam upaya meningkatkan loyalitas konsumen hanya mengandalkan promosi dari mulut-kemulut dan juga papan nama yang terdapat di depan rumah makan, selain itu tidak melakukan kegiatan promosi lainnya.
2. Strategi yang akan dilakukan mendatang guna meningkatkan loyalitas konsumen ialah melakukan perluasan usaha atau membuka cabang yang baru yang letaknya lebih strategis di keramaian Kota Banjarbaru, dapat dikenal luas oleh masyarakat luas masyarakat Kota Banjarbaru.

REFERENSI

Buku 1 Penulis

Nazir, Muhammad, 1999. *Metode Penelitian*, Cetakan keempat, Jakarta : Penerbit Ghalia Indonesia.

Buku 2 Penulis

Malcolm, McDonald, 1992. *Strategi Pemasaran*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.

Buku 3 Penulis

Mowen, John C , and Minor Michael., 2002. Perilaku Konsumen, edisi kelima, Penerbit Erlangga, Jakarta

Penulis Dengan Beberapa Buku

Kotler, P dan Kevin, Lane Keller, 2011. Manajemen Pemasaran Jilid 2. Erlangga, Jakarta

Kotler, P. (1995). Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian, Buku I. Jakarta : Salemba Empat.

Kotler, P and Armstrong, G.(1991). Dasar-dasar Pemasaran, Edisi Kelima. Jilid I. Jakarta : Intermedia.

Skripsi/Tesis/Desertasi Tidak Terpublikasi

Wulandari, Indit Sekar, 2019. Analisis Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Rumah Makan Selera Banjarbaru, Skripsi. Program Sarjana Ekonomi. Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin.

Skripsi/Tesis/Desertasi Dari Sumber Online

Setiadi, Nugroho J, 2003. Perilaku Konsumen Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran. Prenada Media, Jakarta.

Sari, Christina Roshinta. 2016. Pengaruh Promosi Penjualan Dan Citra Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Perigon Fitness Studio Yogyakarta. Universitas Yogyakarta. Skripsi.

Parhusip, Vera Nova Gustrin, 2008. Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Soy Joy Dan Implikasinya Terhadap Bauran Pemasaran, Skripsi. Program Sarjana Manajemen Agribisnis. Institut Pertanian Bogor.