

ANALISIS PEMASARAN SECARA ONLINE DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA CATERING AL-HUSNA

Rabiatun Nisa

Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari

Nisarabiatun973@gmail.com/085787323723

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis Pemasaran secara online dalam upaya meningkatkan penjualan pada Catering Al-Husna di Banjarmasin. Didalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif melalui observasi, wawancara dan dokumentasi dengan sumber data primer dan sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran online dalam upaya meningkatkan penjualan pada Catering Al-Husna di Banjarmasin berhasil dan efektif. Pemasaran online sangat membantu Catering Al-Husna dalam meningkatkan penjualan selain itu juga memudahkan konsumen dalam mengetahui produk dan jasa yang ditawarkan.

Kata Kunci : Pemasaran Online dan Upaya Meningkatkan Penjualan

ABSTRACT

This study aims to determine, analyze online marketing in an effort to increase sales at Catering Al-Husna in Banjarmasin. In this study, researchers used qualitative methods through observation, interviews and documentation with primary and secondary data sources. The results showed that online marketing in an effort to increase sales at Al-Husna Catering in Banjarmasin was successful and effective. Online marketing really helps Catering Al-Husna in increasing sales while also making it easier for consumers to know the products and services offered.

Keywords: Online Marketing and Efforts to Increase Sales

Pendahuluan

Perkembangan usaha pada saat ini telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala jenis bidang usaha serta pola pikir konsumen yang dinamis. Pada saat ini perusahaan dituntut agar menciptakan sebuah produk yang mampu bersaing dengan produk lain apabila ingin tetap bertahan hidup dalam arus persaingan bisnis. Pangsa pasar dalam negeri yang semakin berkembang menjadikan persaingan terus mengalami peningkatan, sehingga memacu perusahaan-perusahaan untuk terus mengembangkan produk-produk unggulan mereka guna dapat menjadi pemimpin pasar.

Perusahaan merupakan suatu bentuk organisasi yang melakukan usaha produksi dengan tujuan melayani kebutuhan masyarakat selakun konsumen, dimana untuk keperluan tersebut suatu perusahaan yang berkedudukan sebagai produsen akan berupaya mengkombinasikan berbagai informasi yang dimiliki untuk menghasilkan suatu produk yang dapat dikonsumsi dan sesuai dengan harapan konsumen. Pada saat sekarang ini gejala konsumsi bermacam-macam produk telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat di Indonesia. Khususnya masyarakat kota-kota besar. Hal ini terlihat dari makin tingginya tingkat konsumsi masyarakat terhadap suatu produksi pakaian, minuman, makanan, hingga produk otomotif seperti produk motor dan mobil.

Makanan merupakan kebutuhan pokok manusia, selama produk dunia masih ada maka kebutuhan makanan akan meningkat, dengan demikian meningkatnya jumlah produk maka jumlah kebutuhan makanan juga meningkat. Hal ini yang memancing banyak investor untuk melakukan bisnis makanan sehingga sampai saat ini bisnis makanan sangat berkembang di Indonesia.

Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempromosikan suatu produk atau usaha, pemasaran ini mencakup pengiklanan dan penjualan dalam melakukan promosi, mereka akan menargetkan orang-orang yang sesuai dengan produk yang dipasarkan.

Selain itu dengan adanya pemasaran juga sangat membantu para konsumen, jadi mereka akan lebih menemukan produk yang sesuai dengan apa yang mereka butuhkan, ketika pemasaran sesuai dengan target perusahaan akan mendapatkan banyak pembeli dan keuntungan.

Pemasaran merupakan hal yang penting dalam sebuah usaha ataupun bisnis semakin baik strategi marketing semakin cepat bisnis berkembang.

Promosi merupakan suatu hal yang penting untuk memperkenalkan usaha yang sedang dikelola. Segala aspek yang berkaitan dengan promosi dapat mempengaruhi omset pendapatan semakin banyak promosi maka semakin besar kesempatan kita untuk mendapatkan konsumen. Dalam promosi sangat diperlukan informasi yang berkaitan dengan usaha yang dijalankan.

Promosi dipandang sebagai arus informasi atau persusasi satu arah yang dibuat untuk mempengaruhi seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. (Swasta 2000:22)

Manfaat atau fungsi promosi bagi suatu usaha adalah untuk mengetahui kebutuhan konsumen dan cara pengenalan dan penyampaian hingga ketangan konsumen, serta untuk mengetahui harga yang sesuai dengan kondisi pasaran dan mengetahui kondisi persaingan.

dalam melakukan promosi kita wajib memberikan sampel atau contoh. Dengan adanya promosi artinya kita sudah berusaha untuk memperkenalkan usaha kita kepada khalayak dan berharap promosi kita dapat diterima dengan baik sehingga dengan adanya promosi tersebut usaha kita menjadi lebih dikenal orang banyak.

Di era global seperti sekarang ini promosi secara online memberikan banyak keuntungan untuk kemajuan usaha yang sedang kita kelola, menggunakan promosi secara online juga tidak

terlalu rumit karna di zaman sekarang rata-rata orang menggunakan sosial media entah untuk kepentingan usaha ataupun sekedar hiburan. Promosi mencakup metode komunikasi yang digunakan pemasar untuk memberikan informasi tentang usahanya.

Promosi adalah proses menginformasikan, membujuk, dan mempengaruhi suatu keputusan pembelian kepada calon konsumen. Tujuan utama promosi adalah produsen atau distributor akan mendapatkan kenaikan angka penjualan dan meningkatkan profit atau keuntungan.

Promosi online adalah satu aspek penting bagi pebisnis mengingat perannya dalam mendorong konsumen melakukan pembelian secara online. Era digital membawa pengaruh yang cukup besar dalam kehidupan manusia. Berbagai aktifitas dan juga kebutuhan manusia seolah semakin dipermudah dengan adanya kecanggihan teknologi yang ada saat ini, termasuk juga dengan dunia pemasaran atau marketing dimana cara manual atau tradisional mulai ditinggalkan karena terbilang kurang efektif dalam berbagai hal.

Keunggulan pemasaran online tidak dapat dipungkiri bahwa manusia semakin bergantung kepada perangkat digital. Jangkauan yang lebih luas dengan adanya internet dan teknologi canggih juga dapat menghemat waktu serta proses lebih mudah untuk mengenalkan usaha yang kita geluti.

Metode

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang menggambarkan data yang berhasil dikumpulkan, diidentifikasi dan disimpulkan. Lokasi penelitian Catering Al-Husna beralamat di JL. SRIWIJAYA NO 125 BERUNTUNG JAYA DAN JL. SETIA RT 39 PEMURUS DALAM. KEC BANJARMASIN SELATAN. Tehnik pengumpulan data yaitu Wawancara adalah teknis pengumpulan data yang dilakukan dengan cara bertanya langsung kepada pemilik/pengelola catering. Observasi adalah suatu pengamatan yang dilakukan pada saat peneliti sedang berada dilapangan, dalam pengamatan ini peneliti bisa mengambil data pada Catering Al-Husna. Observasi ini bertujuan untuk melengkapi data hasil wawancara agar data yang didapat lebih lengkap.

Hasil dan pembahasan

Saat ini perdagangan baik jasa maupun produk saling berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik dan terdepan dalam melayani keinginan pelanggannya. Mereka ingin agar produk/jasa yang mereka hasilkan menjadi sebuah star didalam dunia perdagangan, dimana produk mereka menempati posisi terdepan dalam hal pangsa pasar dan permintaan dari para pelanggan. Oleh karena itu, sebuah perusahaan harus memiliki strategi bisnis yang tepat supaya tetap mendapatkan kepercayaan dari para konsumen serta dapat bersaing dengan para pesaing lainnya. Teknologi informasi memberikan peranan yang besar dalam aspek pengelolaan bisnis. Salah satu teknologi informasi yang sampai saat ini banyak digunakan oleh masyarakat dunia adalah internet. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat pada saat dewasa ini menyebabkan mulai

munculnya berbagai aplikasi bisnis yang berbasis internet. Pengaruh perkembangan teknologi tersebut menyebabkan dunia perdagangan dituntut untuk menawarkan sebuah konsep perdagangan baru melalui jaringan internet yang disebut dengan pemasaran secara online. Analisis dan pembahasan yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah Pemasaran Secara Online Dalam Upaya Meningkatkan penjualan Pada Catering Al-Husna Banjarmasin. Dalam penelitian ini, data yang dianalisis diperoleh dengan cara menganalisa data-data yang di dapat saat penelitian. Analisis merupakan sebuah aktivitas yang membuat kegiatan memilah, mengurai, membedakan sesuatu untuk digolongkan dan dikelompokkan menurut kriteria tertentu lalu dicari ditaksir makna dan kaitannya.(Wiradi).Pengujian “Aplikasi Online Catering Al-husna” berbasis web ini dilakukan dengan melalui aplikasi INSTAGRAM dan FACEBOOK.Aplikasi Online Catering Al-Husna yang telah dibuat merupakan sebuah aplikasi online masa kini. Program ditampilkan sederhana dan semenarik mungkin dengan tujuan memudahkan calon konsumen jasa, untuk melihat menu catering dan pelayanan diperusahaan tersebut melalui foto yang tertera di instagram tersebut.Pemasaran secara online dilakukan untuk meningkatkan penjualan pada catering al-husna tersebut , dilakukan dengan menambahkan kegiatan promosi melalui media sosial.

Pemasaran Online Pada Catering Al-Husna Banjarmasin

Dalam menjalankan promosi online Caering Al-Husna melakukan dengan berbagai media sosial seperti instagram whatsapp serta facebook. Media sosial terbilang cukup efektif karena tingkat pengguna medsos dinegara indonesia cukup besar sehingga bisa meingkatkan peluang bisnis yang cukup besar.Bagi banyak bisnis, memilih jalur pemasaran yang sesuai bukanlah hal yang mudah. Hal ini karena pemasaran akan berpengaruh besar terhadap perkembangan bisnis. Oleh itu, harus dilakukan sebaik mungkin. Di era digital seperti sekarang, internet menjadi suatu pusat kegiatan banyak orang, pemasaran online merupakan metode yang paling efektif. Pemasran online dianggap mampu melebarkan sayap pemasaran bisnis secara optimal dengan biaya yang jauh lebih ringan dibandingkan secara offline. Pemasaran online telah dilakukan oleh manajemen Catering Al-Husna Banjarmasin melalui sosial media seperti melalui Whatsapp, Instagram, Facebook, Line. Di dalam pemasaran online yang ditawarkan berisikan berbagai jasa, tampilan promosi penjualan online iklan Catering Al-Husna Banjarmasin yang dibuat semenarik mungkin, kemudian promosi penjualan

online juga diberikan dengan memberikan potongan harga yang diberikan manajemen Catering Al-Husna Banjarmasin yang kesemuanya itu bertujuan untuk menginformasikan dan membujuk konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk atau jasa yang dijual. Selain faktor promosi banyak hal yang mempengaruhi tingkat penjualan, salah satu yang sangat mempengaruhi adalah cita rasa, pelayanan, serta harga yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Harga secara internal dipengaruhi oleh tujuan pemasaran (biaya, penguasaan pasar, dan usaha). Sedangkan faktor eksternal seperti elastisitas permintaan dan kondisi persaingan pasar. Salah satu alat dalam pemasaran yang dapat dimanfaatkan oleh suatu perusahaan adalah melalui strategi promosi melalui social media. Menurut Thoybie (2010), social media adalah konten berisi informasi, yang dibuat oleh orang yang memanfaatkan teknologi penertiban, sangat mudah di akses dan dimaksudkan untuk memfasilitasi komunikasi, pengaruh dan interaksi dengan sesama khalayak umum. Pemasaran secara online mulai berkembang dan digunakan sebagai alat pemasaran produk mempromosikan merek dan brand suatu perusahaan. Penggunaan promosi online yang tepat dan efektif dapat meningkatkan citra sebuah perusahaan di mata konsumen. Kekuatan strategi promosi melalui pemasaran online sebuah perusahaan dibangun atas dasar rasa senang, gaya, hobi, gaya hidup, dorongan, rasa ingin tahu dari para konsumen itu sendiri. Catering Al-Husna Banjarmasin merupakan suatu perusahaan yang bergerak pada bidang jasa yang membantu calon konsumen untuk mengadakan suatu hajatan atau syukuran penjualan barang dan jasa yang dilakukan melalui jaringan internet seperti facebook, instagram, line, serta whatsapp. Penjualan online melalui jejaring sosial tersebut dirasa cukup karena sesuai dengan perkembangan dan perubahan perilaku konsumen pada jaman milenial ini. Catering Al-Husna melakukan promosi melalui internet dengan cara memberikan postingan tentang menu serta harga yg sudah di cantumkan didalam akun media sosial catering tersebut. Selain itu Catering Al-Husna juga memberikan kemudahan kepada para konsumen mengenai pemesanan serta pembayaran, pemesanan tidak mengharuskan untuk datang ke alamat catering tersebut secara langsung tetapi para calon konsumen dapat melakukan pemesanan melalui media sosial seperti memberikan pesan lewat whatsapp, dan untuk pembayarannya pun juga sangat memberikan kemudahan yaitu bisa lewat transfer maupun cash.

Penutup

Pemasaran online yang dilakukan Catering AL-Husna melalui media sosial, seperti media WA, IG, FB, Line. Melalui media sosial Catering AL-Husna, didalam promosi penjualan online ditawarkan berbagai jasa yang tersedia. Tampilan di media sosial Catering AL-Husna dibuat semenarik mungkin sehingga dapat memancing konsumen. Pada akun media sosial Catering AL-Husna memberikan informasi tentang jasa yang ditawarkan dan juga cetering alhusna memberikan informasi tentang potongan harga kepada konsumen, sehingga membuat konsumen merasa diuntungkan dan menarik konsumen Catering Al-Husna sudah tepat melakukan pemasaran online karena mengikuti perkembangan jaman yang semakin canggih yaitu dengan melalui media sosial dimana semua informasi dapat diakses secara cepat dan tepat melalui media sosial. Pada akun media sosial alhusna pun sudah dikelola dengan baik yaitu dengan cara membuat tampilan . Catering Al-Husna Banjarmasin harus tetap mempertahankan pemasaran online yang sudah dilakukan selama ini dan harus tetap meningkatkan pelayanan yang dilakukan. Catering Al-Husna Banjarmasin mengikuti perkembangan jaman dengan membuka akun media sosial untuk melakukan pemasaran secara online, akan tetapi keluhan kebanyakan calon konsumen ialah chat mereka lambat dibalas oleh admin akun media sosial oleh karena itu, admin akun media Catering Al-Husna Banjarmasin harus fast respon jika ada konsumen yang menghubungi melalui media sosial jangan membiarkan konsumen menunggu balasan terlalu lama. yang menarik. dan memberikan informasi secara terus menerus, sehingga konsumen bisa mengetahui jika ada infomasi yang berubah. Analisa pasar, faktor yang paling berpengaruh pada tim marketing. Tujuan yang paling ingin dicapai adalah meningkatkan penjualan pada Catering Al-Husna Banjarmasin.

Referensi

- Achmad Fauzan Guntur.2014.*Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Gas Elpiji 3 kg Pada PT.Putra Sinbar Gas Di Kabupaten Sinjai*.Universitas Hasanuddin Makassar.
- Afdillah Firdaus.2017.*Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Perumahan*.Universitas Riau.
- Ahmad Khusaini..2016.*Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Spa Club Arena Yogyakarta*..Universitas Negeri Yogyakarta.
- Basu Swastha dan Irawan, (2000), *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi 2. Yogyakarta ; Liberty.

- Halim Oky Zulkarnaen. 2013. *Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Irfan Zevi. 2018. *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada PT. PRODERMA SUKSES*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium, Jilid 2. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *manajemen pemasaran*. jilid 1 edisi ke 13. erlangga. jakarta.
- Rendy Septi Sanjaya. 2017. *Strategi Pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan unit usaha aqiqah pada laz nurul hayat medan*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Rian Pramono. 2012. *Analisis Pengaruh Harga Kompetitif Desain Produk, Dan Layanan Purna Jual Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Yamaha*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Rika. 2019. *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Menghadapi Pesaing Pada Rumah Makan Ayam Gepok G-Two Kabupaten Barito Kuala*. Universitas Islam Kalimantan. Banjarmasin.
- Rasyid Maulana. 2008. *Strategi Promosi Usaha Catering Nila Palembang*. Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Saddam Husaini Elha. 2013. *Strategi Pemasaran Usaha Roro Catering, Dikota Pekanbaru*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

