



Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 3 (1) 2024: 217-222

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Martabak Orient Pejaten Jakarta Selatan

Dwi Bagus Kurnia¹, Muhammad Dhaifan Arrash², Muhammad Khairul Anwar³

Program Studi Manajemen, Universitas Pamulang^{1,2,3}

dwibaguskurniaaa@gmail.com, arrashdhaifan01@gmail.com, khairul22anwar@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima 1 Oktober 2023 Disetujui 20 Oktober 2023 Diterbitkan 4 Nopember 2023</p> <hr/> <p>Kata Kunci:</p> <p>Strategi pemasaran, Penjualan, Targetting Positioning, Marketing Mix, SWOT analisis.</p>	<p>Penelitian ini analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada usaha Martabak Orient di Pejaten Jakarta Selatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh usaha martabak orient untuk meningkatkan penjualan. Data yang dibutuhkan peneliti menggunakan metode Kualitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data skunder. Metode yang dipergunakan dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan: Observasi, Wawancara, Dokumen dan Jurnal. Dari hasil Analisi SWOT yang di peroleh bahwa posisi usaha Martabak Orient di Pejaten Jakarta Selatan memiliki strategi dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus dipertahankan dalam kondisi saat ini adalah Strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.</p>
<hr/> <p>Keywords:</p> <p>Strategi Marketing, Sales, Targeting, positioning, marketing mix, SWOT analysis.</p>	<hr/> <p>ABSTRACT</p> <p><i>This research analyzes marketing strategies to increase sales at the Martabak Orient business in Pejaten, South Jakarta. This research aims to find out what marketing strategies are implemented by the Martabak Orient business to increase sales. The data needed by researchers uses qualitative methods. The data sources used in this research come from primary data and secondary data. Methods used to collect the required data: Observation, Interviews, Documents and Journals. From the results of the SWOT analysis, it was found that the Martabak Orient business position in Pejaten, South Jakarta has strategies and strengths so that it can take advantage of existing opportunities. The strategy that must be maintained in current conditions is a strategy that supports aggressive growth policies.</i></p>

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis yang semakin pesat mendorong para pemilik usaha untuk selalu memiliki strategi agar bisnis yang dijalankan dapat bertahan dan terus berkembang dalam situasi tersebut. Dalam tingkat persaingan ini memaksa setiap pelaku bisnis untuk menciptakan beragam ide inovatif yang berbeda untuk memenangkan persaingan, terutama untuk bisnis yang beroperasi di industri kuliner. Persaingan yang ketat dengan partisipasi banyak pelaku ekonomi tentunya menuntut para pelaku tersebut untuk mampu beradaptasi terhadap perubahan kondisi usaha. Menghadapi persaingan tersebut,

dalam menjalankan bisnis diperlukan strategi yang baik untuk membantu pemilik bisnis mengantisipasi dampak dari peristiwa tersebut dan tetap kompetitif. Strategi merupakan rencana yang dirancang oleh seorang eksekutif yang berfokus pada bisnis. Tujuan jangka panjangnya adalah untuk meningkatkan kualitas perusahaan. Tentu saja di setiap perusahaan seorang eksekutif memiliki strategi untuk meluncurkan bisnis yang dia ciptakan. Strategi memainkan peran penting dalam menjalankan suatu usaha, baik itu usaha kuliner maupun usaha lainnya, diperlukan suatu strategi lebih baik untuk memfasilitasi kegiatan usahanya.

Dalam strategi pemasaran mempunyai suatu bentuk perencanaan yang terdapat dalam bidang pemasaran. Secara umum Pemasaran adalah suatu proses sosial yang melaluinya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan dan bertukar produk dan nilai dengan individu dan kelompok lain. Dalam pengertian yang lebih luas, pemasaran berupaya memperoleh tanggapan terhadap sebuah penawaran. Hubungan antara penelitian yang diusulkan dengan penelitian di atas adalah mempunyai persamaan dan perbedaan. Persamaannya terletak pada analisis data yang menggunakan metode analisis SWOT.

Berdasarkan pengamatan diketahui bahwa perkembangan usaha Martabak Orient Pejaten Jakarta Selatan berkembang pesat. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor penunjang antara lain kualitas produk dan distribusi usaha. Namun, Martabak Orient memiliki dua jenis produk dengan harga standar seperti martabak pada umumnya. Hal ini tentu saja dapat menimbulkan masalah dikarenakan banyaknya produk sejenis di pasaran dan pada akhirnya mempengaruhi tingkat penjualan. Pemilik bisnis harus dapat memanfaatkan kekuatan, peluang, kelemahan, dan ancaman yang ada untuk menentukan strategi. Kemudian strategi yang telah ditentukan dapat dikembangkan untuk mengatasi ancaman eksternal dan menangkap peluang.

KAJIAN LITERATUR

Pemasaran

Menurut Rangkuti (2017:101), “pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik, ekonomie, dan manajerial. Akibat dari pengaruh berbagai faktor tersebut adalah masing-masing individu maupun kelompok mendapatkan kabutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang memiliki nilai komoditas”.

Tujuan pemasaran

Menurut Drucker dalam Sunyoto (2014: 220) “tujuan pemasaran adalah membuat penjual melampaui dan mengetahui serta memahami konsumen sehingga produk (jasa) sesuai dengan konsumen dan laku dengan sendirinya. Seiring dengan perkembangan masyarakat, keinginan masyarakat juga tumbuh, di sisi lain produsen memiliki langkah-langkah dan promosi khusus untuk merangsang keinginan masyarakat akan produk yang promosi sebagai pemuas keinginan masyarakat akan produk yang direkomendasikan”. (Irdha Yanti Musyawarah, 2022)

Strategi Pemasaran

Menurut Fandy Tjiptono (2017:228) strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi Perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya dipasar sasaran tertentu.

Volume Penjualan

Menurut Arman Hakim Nasution (2016:133), penjualan adalah suatu kegiatan berhubung antara Perusahaan dengan konsumen untuk merealisasi tujuan akhir pemasaran. Penjualan dapat dikatakan sebagai ujung tombak perusahaan untuk meraih kemenangan.

Faktor yang mempengaruhi penjualan

Menurut Swastha & Irawan (2017:406-407), Kegiatan penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor tersebut adalah kebutuhan harga diri, yaitu kondisi pasar dan kemampuan penjual transaksi jual beli memindahkan hak milik secara komersial atas barang dan jasa pada prinsipnya melibatkan 2 pihak, Kondisi Pasar Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya, modal akan lebih sulit bagi penjual,

apabila jasa yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual, kondisi organisasi Perusahaan Pada perusahaan besar masalah penjualan ditangani tersendiri oleh bagian penjualan yang dipegang orang-orang tertentu atau ahli bidang penjualan, faktor-faktor lain seperti : periklanan, peragaman, kampanye pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan.

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif. Jenis penelitian kualitatif digunakan dikarenakan obyek yang diteliti adalah studi kasus Martabak Orient dalam meningkatkan penjualan. Peneliti akan menggunakan teknik wawancara dan observasi tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan. Permasalahan yang terjadi dalam pemasaran Martabak Orient akan digali dan dianalisis dengan alat bantu analisis SWOT. Penelitian ini dilakukan, Jl. Pejaten Raya N0.26,RT.4/10, Jati Padang, Pasar Minggu, Kota Jakarta Selatan yang merupakan tempat produksi sekaligus tempat pemasaran Martabak Orient di Jakarta Selatan. Informan dalam penelitian yang dilakukan adalah seseorang yang pernah membeli Martabak Orient, sehingga didapatkan data dari mereka dalam mendapatkan informasi untuk membeli. Dari data tersebut dapat dianalisa strategi pemasaran yang tepat dilakukan pada usaha Martabak Orient dan pengaruhnya terhadap peningkatan penjualan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Menurut (Sudiryati & Delia Febriani, 2021), data primer adalah data utama yang diperoleh dengan wawancara pada responden. Sumber data primer pada penelitian ini merupakan pemilik dan para karyawan Martabak Orient tersebut. Sedangkan menurut (Nurngaeni,2021), data sekunder berupa sumber yang tidak langsung memberi data kepada pengumpul data, misalkan melalui orang lain ataupun dengan dokumen. Data sekunder juga didapat dari perpustakaan, internet, dan beberapa literatur relevan lain yang berhubungan dengan penelitian ini. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa dokumen-dokumen jurnal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisi SWOT (Strenght, Weakness, Opportunities dan Threats)

Dalam penelitian ini ada 2 (dua) faktor dalam menguji analisis SWOT, yaitu:

a. Analisis Faktor Internal

Selanjutnya akan disajikan faktor-faktor internal dari Usaha Ibu Bagus di Kecamatan Mamuju. Adapun faktor-faktor internal terdiri dari kekuatan (strenght) dan kelemahan (weakness) pada Usaha Ibu Bagus di Kecamatan Mamuju.

1) Kekuatan

- a) Usaha Ibu Bagus di Kecamatan Mamuju menyediakan produk yang berkualitas.
- b) Produk Usaha Ibu Bagus di Kecamatan Mamuju memiliki citra yang baik.
- c) Usaha Ibu Bagus di Kecamatan Mamuju memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan.
- d) Lokasi Usaha Ibu Bagus di Kecamatan Mamuju strategis sehingga mudah dijangkau oleh pelanggan

2) Kelemahan

- a) Usaha Ibu Bagus di Kecamatan Mamuju tidak memiliki merk khusus.
- b) Usaha Ibu Bagus di Kecamatan Mamuju tidak melakukan kegiatan promosi.
- c) Usaha Ibu Bagus di Kecamatan Mamuju kekurangan modal sehingga terkendala dalam mengembangkan usahanya.
- d) Usaha Ibu Bagus di Kecamatan Mamuju kurang memiliki produk yang bervariasi.

b. Analisis Faktor Eksternal

Berikut akan disajikan faktor-faktor eksternal yang terdiri dari peluang (opportunities) dan ancaman (threats) pada Usaha Ibu Bagus di Kecamatan Mamuju antara Lain:

1) Peluang

- a) Kabupaten Mamuju sebagai Ibukota Provinsi Sulawesi Barat menjadikan perkembangan jumlah penduduk terus mengalami peningkatan, kondisi tersebut yang merupakan potensi atau peluang tingginya akan permintaan terhadap kebutuhan makanan

- b) Usaha Ibu Bagus di Kecamatan Mamuju dapat mempertahankan pelanggan lama dan pelanggan baru
- c) Usaha Ibu Bagus di Kecamatan Mamuju dapat menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan.
- d) Tingginya kebutuhan masyarakat terhadap kebutuhan akan makanan siap saji.

2) Ancaman

- a) Adanya beberapa perusahaan sejenis yang menawarkan produk yang sama di Kabupaten Mamuju.
- b) Munculnya pesaing baru yang menawarkan produk yang sama dengan harga bersaing,
- c) Perusahaan pesaing menawarkan harga yang bersaing.
- d) Perusahaan pesaing memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan.

	<p>Kekuatan (Strength)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Menyediakan produk yang berkualitas b. Memiliki citra yang baik c. Memberikan pelayanan yang baik d. Lokasi usaha yang strategis 	<p>Kelemahan (weakness)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Tidak memiliki merk khusus b. Tidak melakukan kegiatan promosi c. Kekurangan modal d. Produk tidak bervariasi
<p>Peluang (Opportunities)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Peningkatan jumlah penduduk kabupaten memuju b. Mempertahankan pelanggan lama dan pelanggan baru c. Menjalिन hubungan baik dengan pelanggan d. Permintaan dan kebutuhan masyarakat akan makanan siap saji yang tinggi 	<p>Strategi S.O</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Peningkatan jumlah penduduk di mamuju dapat memperluas jaringan kepada pelanggan. b. Permintaan dan kebutuhan Masyarakat akan siap saji dapat mengakibatkan peningkatan omset penjualan. c. Memberikan pelayanan yang terbaik dapat mendorong para pelanggan baik pelanggan baru dan pelanggan lama untuk bersikap loyal terhadap perusahaan. d. Lokasi perusahaan yang strategis serta menjalin hubungan yang baik dengan para pelanggan mampu memberikan citra yang baik bagi perusahaan. 	<p>Strategi W.O</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Dengan membuat merk khusus terkait produk Perusahaan dapat mendukung sikap para pelanggan untuk bersikap loyal terhadap Perusahaan b. Dengan melakukan kegiatan promosi pelanggan lama dan pelanggan baru dapat dengan mudah mengetahui perkembangan dan informasi terbaru mengenai perusahaan. c. Dengan penambahan modal dapat mendukung perusahaan untuk lebih meningkatkan sarana dan prasarana yang disediakan melihat semakin tingginya permintaan dan kebutuhan masyarakat terhadap makanan siap saji
<p>Ancaman (Threats)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Banyaknya perusahaan sejenis b. Pesaing baru c. Harga yang bersaing d. Kualitas pelayanan 	<p>Strategi S.T</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Banyaknya perusahaan sejenis dapat mendorong perusahaan untuk menyediakan dan mempertahankan produk yang berkualitas dibanding perusahaan pesaing 	<p>Strategi W.T</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Menetapkan merk dan harga yang bersaing agar perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan sejenis maupun pesaing baru. b. Melakukan kegiatan promosi agar pelanggan mengetahui informasi tentang perusahaan dibanding perusahaan sejenis

	<p>b. Citra perusahaan yang baik dapat dimanfaatkan dalam menghadapi munculnya pesaing baru yang berada pada segmen pasar yang sama.</p> <p>c. Meningkatkan mutu pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dengan menetapkan harga yang bersaing dan lokasi perusahaan yang strategis sehingga mudah untuk dijangkau oleh pelanggan.</p>	<p>c. Meningkatkan standar mutu dan pelayanan agar dapat bersaing dengan perusahaan baru.</p> <p>d. Memperbesar Modal usaha agar perusahaan dapat mengembangkan usahanya agar tidak tergeser oleh pesaing.</p> <p>e. Menambah variasi produk agar perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan sejenis dan perusahaan pesaing baru.</p>
--	--	--

PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan terkait peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan Usaha Ibu Bagus di Kecamatan Mamuju, diperoleh hasil bahwa Usaha Ibu Bagus di Kecamatan Mamuju memiliki peluang yang besar karena permintaan dan kebutuhan akan Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagus di Kecamatan Mamuju 11 Vol 1, No 1 (2022) ISSN (cetak) 2621-7406 ISSN (online) 2656-6265 makan siap saji di Mamuju semakin meningkat, sehingga kondisi tersebut harus dimanfaatkan oleh Usaha Ibu Bagus di Kecamatan Mamuju dalam upaya mengembangkan usahanya seperti dengan meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan agar pelanggan merasa puas dan pada akhirnya bersikap loyal terhadap Usaha Ibu Bagus di Kecamatan Mamuju. Selanjutnya berdasarkan hasil analisis SWOT yang dilakukan diperoleh juga bahwa Usaha Ibu Bagus di Kecamatan Mamuju berhadapan pada ancaman dimana semakin banyaknya perusahaan sejenis baik itu perusahaan pesaing yang baru dan perusahaan yang telah lama berdiri. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Swastha (2015:134) bahwa kualitas produk yang baik secara langsung akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, dan bila hal tersebut berlangsung secara terus-menerus akan mengakibatkan konsumen yang selalu setia membeli atau menggunakan produk tersebut dan disebut loyalitas konsumen dan selain kualitas produk ada hal lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen yaitu kualitas pelayanan. Berdasarkan hasil analisis SWOT yang dilakukan diperoleh juga bahwa Usaha Ibu Bagus di Kecamatan Mamuju memiliki kekuatan yang besar dimana Usaha Ibu Bagus di Kecamatan Mamuju menyediakan produk yang berkualitas sehingga hal tersebut mampu menarik pelanggan untuk melakukan pembelian, selain itu pelanggan juga merasa puas sebab uang yang mereka keluarkan untuk membeli produk Usaha Ibu Bagus di Kecamatan Mamuju sebanding dengan manfaat yang mereka dapatkan dan mampu memuaskan kebutuhan pelanggan sebagaimana yang dikemukakan oleh Tantri (2013:153) bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan pelanggan. Kondisi tersebut harus senantiasa dijaga oleh pihak Usaha Ibu Bagus di Kecamatan Mamuju seperti dengan mempertahankan kualitas bahan baku yang digunakan dan tetap menjaga kebersihan produk dan peralatan produksinya. Untuk kelemahan yang dimiliki oleh Usaha Ibu Bagus di Kecamatan Mamuju diperoleh hasil jika Usaha Ibu Bagus di Kecamatan Mamuju memiliki kelemahan tidak memiliki merek khusus padahal merk merupakan atribut dari produk yang sangat penting. Merek adalah salah satu komponen penting dalam melakukan bisnis. Dengan adanya merek, konsumen akan dapat lebih mudah mengidentifikasi suatu produk dari saingan lainnya. Konsumen juga menjadi lebih percaya dan yakin terhadap produk yang memiliki merek. Maka dari itu, sangatlah penting bagi perusahaan untuk menciptakan produk yang memiliki merek yang bercitra baik di masyarakat. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Kotler (2012:274) bahwa merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau desain, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari satu penjual atau

kelompok penjual dan mendiferensiasikan produk atau jasa dari para pesaing. Selain itu, Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju juga memilih kelemahan dalam hal promosi dimana dalam menjalankan kegiatan penjualannya, Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju tidak melakukan kegiatan promosi padahal seperti diketahui bahwa promosi merupakan salah satu dari bauran pemasaran yang sangat penting untuk diperhatikan setiap perusahaan. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Assauri (2013:199) terdapat empat unsur dari alat-alat bauran pemasaran yang terdiri atas 4P dalam pemasaran barang, diantaranya adalah produk (product), harga (price), promosi (promotion), tempat (place). Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju harus mempertimbangkan untuk segera melakukan kegiatan promosi sebab kegiatan promosi memiliki sejumlah manfaat bagi perusahaan seperti melalui kegiatan promosi, pelanggan dapat dengan mudah mengetahui keberadaan perusahaan, produk yang ditawarkan, harga produk dan sebagainya yang pada akhirnya mampu mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Hermawan (2012:38) bahwa promosi adalah salah satu komponen prioritas dari kegiatan pemasaran yang memberitahukan kepada konsumen bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang menggoda konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian, sebaik apapun mutu sebuah produk, semenarik apapun bentuk rupanya atau sebesar apapun manfaatnya, jika tidak ada orang yang mengetahui tentang keberadaannya, maka mustahil

KESIMPULAN

Isi simpulan ditulis Times New Roman 11. Simpulan seharusnya hanya menjawab tujuan penelitian. Menceritakan bagaimana penelitian Anda memajukan bidang dari keadaan pengetahuan saat ini. Tanpa Kesimpulan yang jelas, reviewer dan pembaca akan kesulitan menilai karya tersebut, dan layak atau tidaknya dipublikasikan di jurnal. Jangan mengulang Abstrak, atau hanya mencantumkan hasil eksperimen. Berikan pembenaran ilmiah yang jelas untuk pekerjaan Anda, dan tunjukkan kemungkinan aplikasi dan ekstensi. Simpulan ini harus diceritakan dalam satu paragraf. Anda juga harus menyarankan eksperimen mendatang dan/atau menunjukkan eksperimen yang sedang berlangsung.

REFERENSI

- Aikal Bisma Rendelangi, S. &. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume. *Journal Economic and Business*.
- Efrina Masdaini, A. D. (2022). Analisis Keputusan Pembelian pada Konsumen Warung Kopi. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*.
- Irdha Yanti Musyawarah, D. I. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*.
- Renyarosari Bano Seran, E. S. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas. *Jurnal Mirai Management*.