

ANALISIS BAURAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA KEDAI BUNDA FLAMBOYAN KAYU TANGI BANJARMASIN

Gusti Ghina Nisrina
Email : gustighina13@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) bauran pemasaran yang digunakan berpengaruh terhadap peningkatan omzet penjualan pada Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin, (2) kendala atau masalah dalam menerapkan bauran pemasaran tersebut berpengaruh terhadap peningkatan omzet penjualan pada Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian deskriptif analisis dengan penelitian kualitatif dan merupakan penelitian survey. Responden dalam penelitian ini adalah pimpinan sekaligus pemilik rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin. Hasil penelitian menunjukkan 1) bauran pemasaran yang digunakan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan omzet penjualan pada Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin, 2) kendala atau masalah dalam menerapkan bauran pemasaran tersebut berpengaruh signifikan terhadap peningkatan omzet penjualan pada Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, dan Kendala atau Masalah

ABSTRACT

This study is intended to discuss: (1) the marketing mix used to increase sales turnover in Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin, (2) discuss or overcome problems in the marketing mix related to increasing sales turnover at Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin. This research uses descriptive analysis with qualitative research and is a survey research. The response in this study was the chairman and owner of the Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin restaurant. The results showed 1) Flamboyant Mixture of Tangi Wood Banjarmasin, 2) Flamboyant Mixture of Tangi Wood Banjarmasin, 2) Problems related to increased sales at Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin.

Keywords : Marketing Mix, and Constraints or Problems

PENDAHULUAN

1) Latar Belakang

Kota Banjarmasin merupakan ibukota Provinsi Kalimantan Selatan yang berada pada posisi yang strategis yakni sebagai gerbang utama perdagangan melalui jalur laut. Sejak dahulu Banjarmasin memegang peranan strategis dalam lalu lintas perdagangan antar pulau, karena terletak di pertemuan antara Sungai Barito dan Sungai Martapura yang luas dan dalam. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi, khususnya industri dan perdagangan di Kota Banjarmasin tidak terlepas dari dukungan sarana dan prasarana yang ada, khususnya infrastruktur jalan dan jembatan yang tentunya sangat menunjang aktivitas perdagangan di Kota Banjarmasin yang berfungsi sebagai pusat perdagangan.

Kota Banjarmasin merupakan daerah perkotaan yang mempunyai tingkat perkembangan sangat pesat pada berbagai bidang, baik itu ekonomi, sosial, budaya, politik, maupun pemerintahannya. Pertumbuhan ekonomi Kota Banjarmasin terus meningkat dari tahun (2011-2014). Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) saat ini ada tiga faktor yang menyerap tenaga kerja terbanyak di Provinsi Kalimantan Selatan yaitu sektor pertanian, sektor perdagangan, dan sektor jasa kemasyarakatan. Sementara itu jumlah angkatan kerja terus meningkat setiap tahunnya. Dan jumlah penduduk yang bekerja juga bertambah besar dibandingkan dengan tahun 2017.

Pada tahun 2018, Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja Kalimantan Selatan meningkat dan Tingkat Pengangguran Terbuka menurun. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) tertinggi pada jenjang SMA atau sekolah sederajat sedangkan TPT terendah terdapat pada jenjang pendidikan SD kebawah. Sementara TPT yang mengalami peningkatan yaitu di jenjang pendidikan Diploma dan Universitas pada tahun 2017.

Sementara di tingkat pendidikan SMA sederajat, SMP, dan SD mengalami penurunan angka pengangguran. Adanya kenaikan angka pengangguran di jenjang pendidikan Diploma dan Universitas terjadi karena lulusan berijazah pendidikan ini pilih-pilih dalam mencari pekerjaan dibandingkan lulusan SMA sederajat ke bawah. Berdasarkan BPS angka pengangguran terbesar ada di Banjarmasin sedangkan urutan kedua yaitu Tanah Bumbu kemudian disusul oleh Banjarbaru.

Dengan banyaknya pengangguran yang ada di Banjarmasin maka kiranya tidak berlebihan apabila salah satu sektor dapat dikembangkan yaitu sektor perdagangan seperti Rumah Makan. Usaha rumah makan ini mampu menarik tenaga kerja dan keuntungan yang besar karena mampu bersaing dengan usaha besar lainnya dari segi harga yang cukup terjangkau. Keanekaragaman rumah makan yang ada di Banjarmasin ini sangatlah banyak peminatnya terutama orang-orang dari luar kota yang datang ke Banjarmasin yang belum pernah merasakan masakan khas kuliner orang Banjar.

Semakin berkembangnya usaha-usaha kuliner yang ada di kota ini, mengakibatkan semakin ketat persaingan yang dihadapi oleh usaha-usaha tersebut baik dari mencari, mendapatkan, dan mempertahankan konsumen. Bagaimana pun juga konsumen merupakan pemakai produk barang atau jasa yang dihasilkan oleh setiap perusahaan, misalnya seperti rumah makan. Karena konsumen adalah bagian terpenting bagi kelangsungan dari suatu usaha.

Pada rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi, dalam mempertahankan usaha dan konsumennya agar loyal terhadap usahanya mereka lebih mengedepankan pada kualitas rasa makanannya dengan menyesuaikan terhadap selera dari konsumen atau pelanggan, sehingga mampu menyediakan produk yang diinginkan oleh konsumen. Tidak gampang untuk menjadikan sebuah rumah makan yang banyak dicari atau disenangi konsumen, karena dari sebagian konsumen tersebut tidak berfokus pada rasa, tetapi pada harga, penampilan, kebersihan, tempat dan lingkungan sekitarnya. Banyaknya pendapat dan masukan yang diberikan oleh berbagai konsumen yang datang ke Kedai Bunda menjadikan suatu inovasi untuk menghasilkan suatu produk baru yang pastinya diinginkan oleh konsumen itu sendiri, sehingga dari konsumenlah banyak inspirasi yang didapat untuk memajukan rumah makan Kedai Bunda Flamboyan.

Disamping itu selain mengedepankan soal rasa bauran pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan omzet penjualan agar sesuai dengan yang diharapkan pada rumah makan Kedai Bunda Flamboyan ini juga melakukan promosi terhadap produknya dengan berbagai cara misalnya spanduk, surat kabar, media sosial, dan juga pada box atau kotak nasinya yang bertuliskan Kedai Bunda yang dicetak menggunakan huruf besar. Oleh karena itu pembahasan skripsi ini difokuskan pada bauran pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan omzet penjualan pada “Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi”.

2) Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

Bagaimana bauran pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan omzet penjualan pada Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin ?

METODE

1) Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif analisis dengan penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang menggambarkan tentang riset suatu peristiwa berdasarkan apa adanya kemudian mendeskripsikannya untuk mengetahui permasalahan yang sedang terjadi kemudian mencari jalan keluarnya.

2) Lokasi Penelitian

Rumah Makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin yang beralamat di Jalan Flamboyan Kayu Tangi Rt.042 No.55 Kelurahan Sungai Miai Kecamatan Banjarmasin Utara 70123. Rumah makan ini bertempat pada lokasi yang strategis, di bagian Utara Banjarmasin, tempatnya bersih dan menu bervariasi, ada tradisional food, modern food, dan dari luar daerah, sirkulasi udaranya juga bagus, tidak membuat pengap dan pelayanannya ramah.

3) Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pimpinan sekaligus pemilik rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin yang merupakan pemegang dan pengambil keputusan dalam situasi apapun serta manajer yang langsung terjun sendiri untuk menhandle atau mengawasi semua pendapatan penjualan dan produktivitas karyawannya.

4) Data

1. Pengertian Data

Data adalah sekumpulan keterangan atau fakta mentah berupa simbol, angka, kata-kata, atau citra, yang didapatkan melalui proses pengamatan atau pencarian ke sumber-sumber tertentu.

2. Jenis Data

(1) Data Primer

Data Primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yaitu pada rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi, data informasi ini diperoleh dari keterangan yang diberikan melalui wawancara dan observasi kepada pemilik sekaligus pimpinan dari rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi dalam meningkatkan omzet penjualan.

(2) Data Sekunder

Data Sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum yang ada kaitannya dengan bauran pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan.

3. Teknik Pengumpulan Data

(1) Penelitian Kepustakaan (Library Research)

Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan bahan-bahan yang bisa dijadikan referensi atau panduan yang bersifat teoritis dan berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini.

- (2) Penelitian Lapangan (Field Research)
Yaitu pengumpulan data dengan cara :
1. Observasi, peneliti melakukan penelitian dengan cara melakukan pengamatan secara langsung dengan objek penelitian yakni Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi untuk memperoleh gambaran lebih jelas mengenai permasalahan yang sedang dihadapi.
 2. Wawancara, peneliti melakukan penelitian dengan cara tatap muka dan tanya jawab secara langsung dengan pemilik atau pimpinan usaha tersebut dan karyawan yang bersangkutan untuk memperoleh informasi mengenai permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.
 3. Uji Pustaka, peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara mengumpulkan bahan referensi yang ada kaitannya dengan permasalahan yang akan diteliti.
4. Teknik Pengolahan Data
Data yang sudah diperoleh dari penelitian yang dilakukan sebelumnya dikumpulkan kemudian dianalisa menggunakan fakta dan informasi yang didapatkan sehingga mendapatkan kesimpulan.
5. Teknik Analisa Data
- (1) Metode Deskriptif
Data penelitian dikumpulkan secara langsung dari Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi kemudian diolah kembali sehingga mendapatkan gambaran yang jelas dan menyeluruh mengenai masalah-masalah yang akan dibahas.
 - (2) Metode Kualitatif
Sebuah pendekatan investigasi yang dilakukan dengan mengumpulkan data dengan cara bertatap muka secara langsung dan berinteraksi dengan orang-orang yang berada di Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Hasil Penelitian

Berdasarkan dari data yang didapat omzet penjualan pada tahun 2015-2017 menunjukkan adanya penurunan terhadap omzet pendapatan penjualannya tetapi penurunannya tidak begitu signifikan atau terlalu jauh berbeda dari omzet pendapatan penjualan sebelumnya. Berikut ini adalah data tabel dari omzet pendapatan penjualan dari tahun 2015-2017 yang menunjukkan adanya penurunan omzet di tahun 2017, pada rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin. Data tabel tersebut dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel
OMZET PENJUALAN PADA RUMAH MAKAN KEDAI BUNDA FLAMBOYAN KAYU
TANGI BANJARMASIN SELAMA 3 TAHUN TERAKHIR

| DATA | TAHUN | | |
|---------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| | 2015 | 2016 | 2017 |
| Pengeluaran | Rp. 11.002.350.600 | Rp. 11.407.867.800 | Rp. 10.965.639.900 |
| Laba | Rp. 2.619.604.000 | Rp. 2.703.056.000 | Rp. 2.527.719.000 |
| JUMLAH | Rp. 13.621.954.600 | Rp. 14.110.923.800 | Rp. 13.493.358.900 |

Sumber : Rumah Makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin

Dari data tabel di atas dapat dilihat secara jelas penurunan omzet penjualan yang terjadi pada tahun 2017. Pada tahun 2015 omzet yang didapat sebesar Rp. 13.621.954.600, kemudian mengalami peningkatan pada tahun 2016 menjadi Rp. 14.110.923.800, setelah itu pada tahun 2017 mengalami penurunan sehingga omzet yang didapatkan menjadi Rp. 13.493.358.900. Jadi penurunan omzet pendapatan penjualan pada tahun 2016 ke tahun 2017 sebesar Rp. 617.564.900. Sedangkan untuk target omzet pendapatan penjualan, rumah makan Kedai Bunda Flamboyan ini tidak menetapkan target pada omzet pendapatannya itu semua tergantung dari seberapa besar pengeluaran yang dikeluarkan dalam sebulan atau setiap tahunnya maka omzet pendapatan penjualan yang didapat juga sesuai dengan pengeluaran tersebut.

Dari penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa ada beberapa faktor-faktor yang menjadi penyebab kendala atau masalah yang dapat memicu terjadinya penurunan omzet pendapatan penjualan tersebut, yaitu :

1. Rumah makan ini di dalam usaha memasarkan atau mempromosikan hasil produksinya kurang efisien.
2. Naiknya harga bahan baku dan barang-barang pokok lainnya.
3. Adanya keterbatasan dana atau anggaran di dalam kegiatan pemasaran maupun promosi yang dilakukan.
4. Karena cuaca yang tidak menentu.

Untuk penjelasannya, dibawah ini akan menguraikan faktor-faktor tersebut yang menjadi penyebab menurunnya omzet pendapatan penjualan pada rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin.

1) Rumah makan ini di dalam usaha memasarkan atau mempromosikan hasil produksinya kurang efisien.

Pemasaran merupakan proses dalam menyusun komunikasi yang terpadu bertujuan memberikan suatu informasi mengenai produk barang dan jasa yang dihasilkan untuk memuaskan kebutuhan serta keinginan konsumen atau pelanggan. Usaha pemasaran yang dilakukan untuk mendapatkan permintaan dari produk yang dihasilkan dan untuk menarik minat dari konsumen atau pelanggan agar loyal dan mau membeli produk yang ditawarkan. Berdasarkan dari data omzet pendapatan penjualan yang didapat selama 3 tahun terakhir yaitu pada tahun 2015-2017, omzet yang didapat mengalami penurunan yaitu pada tahun 2017. Hal tersebut dapat terjadi karena rumah makan ini di dalam kegiatan proses pemasaran maupun promosi yang dilakukannya kurang efisien. Dengan proses pemasaran atau promosi yang kurang efisien maka akan berdampak pada keberadaan usaha rumah makan yang tidak banyak dikenal oleh orang lain, sehingga pelanggan yang ada tidak akan bertambah banyak dan juga orang-orang yang belum pernah datang ke rumah makan ini tidak akan mengetahui bagaimana kualitas produksi makanan yang dihasilkan oleh rumah makan.

Berikut ini adalah hasil penelitian terhadap konsumen atau pelanggan dan masyarakat umum pada rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin berhubungan dengan masalah yang muncul akibat pemasaran atau promosi yang kurang efektif :

- (1) Kurang dikenal oleh masyarakat umum diluar daerah Kota Banjarmasin.

Kurang dikenal oleh masyarakat umum diluar daerah karena pada usaha rumah makan ini tidak begitu gencar dalam mempromosikan usahanya, tetapi pemasaran atau promosi yang sudah dilakukan sekarang ini memang sudah baik dengan memasang spanduk yang bertuliskan “Kedai Bunda Flamboyan” pada tempat usaha dan juga promosi pada kotak nasinya yang juga tertulis nama Kedai Bunda Flamboyan, akan tetapi alangkah lebih baiknya jika usaha ini meningkatkan pemasaran atau promosinya dengan memasang iklan agar masyarakat luar daerah pun juga mengenal dan mengetahui usaha rumah makan ini.

- (2) Pendapat konsumen atau pelanggan serta masyarakat umum terhadap makanan dan minuman yang dijual pada Kedai Bunda Flamboyan.

Akibat kurangnya pemasaran atau promosi yang dilakukan oleh usaha rumah makan ini, maka konsumen serta masyarakat umum kurang mengetahui mengenai harga makanan dan minuman yang ada di Kedai Bunda Flamboyan dan karena hal tersebut tidak sedikit masyarakat yang dari golongan menengah kebawah berpendapat bahwa makanan dan minuman yang dijual tersebut harganya mahal padahal pada kenyataannya tidak seperti

itu, bahkan harga makanan dan minuman pada Kedai Bunda Flamboyan ini cukup terjangkau.

(3) **Kurangnya antisipasi terhadap para pesaing lain maupun sejenis.**

Usaha rumah makan ini menyadari bahwa pada zaman sekarang persaingan usaha dibidang kuliner semakin ketat dan pertumbuhan usaha-usaha rumah makan kecil pun semakin banyak hal yang demikian ini sangat mempengaruhi terhadap penurunan omzet penjualan pada rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin tiga tahun terakhir pada tahun 2015-2017 yang terjadi penurunan pada tahun 2017. Untuk hal ini usaha rumah makan tidak begitu memperhatikan masalah tersebut karena menganggap penurunan yang terjadi tidak terlalu jauh dari omzet pendapatan penjualan sebelumnya, akan tetapi jika hal tersebut dibiarkan begitu saja maka tidak menutup kemungkinan pelanggan yang dimiliki sekarang berpindah pada pesaing lain.

(4) **Daerah pemasaran yang kurang luas**

Daerah pemasaran yang dilakukan sekarang ini hanya di daerah Kota Banjarmasin hal ini sudah cukup membuat rumah makan Kedai Bunda Flamboyan ini berkembang serta maju sampai seperti sekarang sedangkan pemasaran untuk luar daerah masih belum dilakukan sehingga banyak orang yang belum mengenal rumah makan ini.

2) **Naiknya harga bahan baku dan barang-barang pokok lainnya.**

Dengan adanya kenaikan pada bahan baku dan barang-barang pokok lainnya yang ada di pasaran membuat pengeluaran yang harus dikeluarkan rumah makan Kedai Bunda Flamboyan juga bertambah banyak hal seperti ini dapat mempengaruhi tingkat omzet pendapatan penjualan yang didapatkan. Dalam menghadapi masalah seperti ini usaha rumah makan tidak mengurangi bahan baku maupun barang-barang pokok yang biasanya digunakan agar tidak merubah kualitas rasa dari makanan tersebut sebagai imbasnya usaha rumah makan ini harus menambah pengeluarannya, mengenai harga, usaha ini juga menaikkan harga pada makanannya tetapi hanya sedikit agar pelanggan tidak berpindah ke usaha pesaing lain.

3) **Adanya keterbatasan dana atau anggaran di dalam kegiatan pemasaran maupun promosi yang dilakukan.**

Rumah makan ini juga sedikit mengalami keterbatasan dana atau anggaran di dalam kegiatannya memasarkan maupun mempromosikan hasil produksinya yaitu makanan dan minuman yang ada di Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi, sehingga usaha rumah makan ini tidak begitu bebas dalam memilih serta menentukan bentuk kegiatan pemasaran yang akan mereka lakukan dan yang sesuai untuk usaha rumah makan ini. Karena hal tersebut akibatnya dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan usaha ini mengalami penurunan terhadap omzet pendapatannya. Sedangkan pada zaman sekarang keadaan pasar terus mengalami perubahan dimana banyaknya usaha rumah makan dan warung-warung kecil mulai bermunculan yang sama-sama menjual makanan dan minuman seperti yang ada di Kedai Bunda Flamboyan ini, dengan masalah seperti ini para pesaing pun menjadi bertambah banyak, keadaan ini jelas mempengaruhi omzet penjualan yang didapatkan oleh rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin. Oleh karena itu, untuk mengatasi masalah tersebut usaha rumah makan ini harus lebih aktif dalam melakukan kegiatan pemasaran maupun promosi yang lebih baik dari sebelumnya terhadap makanan dan minuman yang mereka jual guna meningkatkan omzet pendapatan penjualan usahanya. Sehingga masalah-masalah tersebut dapat teratasi dengan baik.

4) **Karena cuaca yang tidak menentu.**

Cuaca yang tidak menentu yaitu kadang panas dan kadang hujan mengakibatkan pelanggan yang datang ke Kedai pun menjadi berkurang, biasanya saat musim hujan terjadi orang-orang malas keluar rumah meski hanya untuk membeli makanan untuk mereka sendiri, hal seperti ini berakibat pada omzet pendapatan penjualan yang juga menurun. Dalam keadaan seperti ini biasanya usaha rumah makan Kedai Bunda Flamboyan untuk mengantisipasi kerugian yang dapat terjadi dengan menurunkan pengeluaran yang biasanya dikeluarkan karena hal tersebut dapat menekan tingkat kerugian yang terjadi akibat berkurangnya pelanggan yang datang ke Kedai. Pada saat ini hal seperti itu sudah dapat teratasi dengan adanya layanan pesan antar yang dilakukan oleh Go-Jek, jadi ketika hujan para pelanggan akan tetap bisa membeli makanan yang mereka inginkan tanpa harus keluar

rumah yaitu dengan bantuan Go-jek tersebut, dengan begitu mereka akan tetap bisa menikmati makanan apa saja yang mereka inginkan untuk mengisi perut mereka yang lapar.

Kebijakan-Kebijakan Dalam Bauran Pemasaran Yang Diterapkan Oleh Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin :

1. Kebijakan Produk

Dalam kebijakan produk ini Kedai Bunda menawarkan berbagai makanan kepada pelanggannya, makanan utama yang ditawarkan oleh rumah makan ini yaitu Bubur Ayam, dengan cita rasa yang enak, hasil penjualan yang didapatkan pun juga bagus dan terus menerus meningkat. Setelah berhasil dengan Bubur Ayam tersebut, Kedai Bunda menambahkan menu-menu baru kepada pelanggannya agar menu makanan yang ada lebih bervariasi. Menu makanan yang ditawarkan yaitu Nasi Kuning, Lontong, Soto Banjar, Nasi Sop, Rawon, Lalapan, Nasi Goreng, Mie Goreng, dan lain-lain seperti yang ada dimenu makanannya. Kebijakan produk yang diterapkan oleh Kedai Bunda Flamboyan dengan menawarkan berbagai makanan khas Banjar ini kepada pelanggannya terus menerus mengalami peningkatan. Oleh karena itu kebijakan produk yang ditetapkan/ditawarkan oleh rumah makan ini sampai saat ini sudah berhasil dengan menekankan terhadap kualitas produk yang mereka hasilkan.

2. Kebijakan Harga

Dalam menentukan/menetapkan kebijakan harga pada produk makanan dan minumannya Kedai Bunda Flamboyan ini sangat berhati-hati, karena hal ini merupakan persoalan yang sangat penting bagi rumah makan ini, yang bisa mempengaruhi terhadap permintaan pasar, berpengaruh terhadap maksimal atau tidaknya pendapatan penjualan, serta mempengaruhi terhadap para pesaing. Karena itu dalam kebijakan penetapan harga Kedai Bunda Flamboyan melihat pada faktor internal dan eksternal yaitu pada biaya produksinya, kualitas produk yang ditawarkan, permintaan pasar serta pesaing lain. Jadi kebijakan harga yang ditetapkan oleh rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin saat ini sudah berhasil menarik banyak pengunjung/pelanggan sehingga rumah makan ini selalu ramai dikunjungi orang-orang.

3. Kebijakan Promosi

Dalam kebijakan promosi ini Kedai Bunda Flamboyan melakukan pemasaran dengan cara memasang spanduk besar pada bagian luar rumah makan, melakukan promosi/pemasaran dimedia sosial, surat kabar, dan juga pada kotak nasinya yang bertuliskan Kedai Bunda yang dicetak dengan besar. Kebijakan promosi yang dilakukan ini sangat bagus dan berhasil menarik, mempengaruhi, serta mengenalkan rumah makan ini kepada masyarakat sehingga pengunjung yang datang ke Kedai semakin banyak dan pendapatan penjualannya pun meningkat.

4. Kebijakan Distribusi

Kebijakan distribusi yang dilakukan oleh rumah makan Kedai Bunda Flamboyan ini mereka ada menyediakan alat akut berupa mobil untuk menyalurkan produk-produk mereka kepada pembeli, dan juga ditambah dengan jasa pesan antar seperti Go-Jek yang sangat mempermudah dalam hal proses penyaluran produk makan yang dipesan pembeli/pelanggan. Dengan adanya kebijakan distribusi yang dilakukan oleh Kedai Bunda ini maka proses penyaluran distribusi ini menjadi lancar sehingga hal tersebut mempengaruhi terhadap peningkatan pendapatan penjualan yang didapatkan pada rumah makan ini.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa faktor yang dapat meningkatkan omzet penjualan yaitu terletak pada bagaimana bauran pemasaran yang dilakukan/diterapkan pada usaha tersebut serta hasil produksi dengan kualitas terbaik yang diberikan kepada konsumen atau pelanggan dengan begitu mereka akan loyal terhadap usaha rumah makan ini dan tidak akan berpindah kepada pesaing lain.

2. Analisis Dan Pembahasan

Dari penjelasan hasil penelitian diatas mengemukakan bahwa yang menjadi masalah yaitu dalam bidang pemasaran maupun promosinya, kenaikan harga bahan baku dan barang-barang pokok, adanya keterbatasan dana atau anggaran dalam memasarkan maupun mempromosikan hasil produksinya, serta cuaca yang tidak menentu menjadi masalah pada usaha rumah makan Kedai Bunda Flamboyan ini, sehingga mengakibatkan penurunan terhadap omzet pendapatan penjualan usaha mereka.

Dan untuk mengatasi masalah-masalah tersebut maka sebagai sumbangan pemikiran terhadap usaha rumah makan ini, penulis ingin mengemukakan beberapa pilihan mengenai pemecahan masalah tersebut, yaitu dengan menerapkan beberapa strategi pemasaran yang baik dan tepat untuk usaha rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin, yaitu sebagai berikut :

1) **Siapkan Rencana Promosi Yang Efektif**

Yaitu bisa dengan menyusun acara bulanan maupun mingguan atau acara khusus ketika weekend atau hari libur tiba. Misalnya dengan menyajikan menu spesial mingguan atau menu khusus Hari Raya, hari pahlawan dan lain sebagainya. Dan juga menyiapkan program customer royalty, misalnya jika konsumen atau pelanggan tersebut selalu makan dan menjadi pelanggan setia rumah makan maka mereka akan mendapatkan diskon khusus, promo dan lain-lain. Promosi seperti ini secara tidak langsung dapat membuat ikatan khusus dalam diri konsumen maupun pelanggan terhadap rumah makan ini.

2) **Promosi Ke Target Pasar**

Setiap rumah makan memiliki target pasar yang berbeda-beda. Dengan begitu sangat penting bagi rumah makan Kedai Bunda Flamboyan untuk mempromosikan usaha rumah makannya tepat pada target pasar yang diinginkan. Ketepatan promosi ini juga akan membantu dalam efisiensi biaya dan waktu.

3) **Tingkatkan Pelayanan Rumah Makan**

Pelayanan rumah makan adalah sektor vital setelah menu yang disediakan. Jangan ragu untuk memilih karyawan terbaik untuk rumah makan ini. Bekali mereka dengan kemampuan dan pengetahuan yang cukup untuk bisa melayani pelanggan dengan cepat, ramah, baik, dan sopan.

4) **Konsep Rumah Makan**

Sangat penting untuk memiliki konsep dalam menjalankan bisnis kuliner khususnya rumah makan. Konsep yang unik dan berbeda dari konsep rumah makan yang sudah ada akan membuat pelanggan tertarik dengan rumah makan tersebut. Selain itu daripada mencari konsep yang terbaik, akan lebih baik jika usaha tersebut mengembangkan konsep impian yang diinginkan pemilik dari rumah makan itu sendiri dan tentunya peluang untuk menjadikan usaha kuliner ini sukses pun pasti akan berhasil. Dan yang hanya perlu dilakukan yaitu mengembangkan dan membungkus konsep dengan baik dan tepat.

5) **Variasi Menu**

Secara berkala, akan lebih baik jika rumah makan memunculkan menu-menu baru yang sesuai dengan konsep rumah makan tersebut. Dan jangan ragu untuk mencoba mengenalkan setiap menu baru kepada pelanggan. Ajaklah mereka untuk berdiskusi tentang menu-menu baru tersebut yang baru diolah atau diproduksi untuk melakukan evaluasi serta perbaikan, baik dari segi kualitas rasa, bentuk dan penyajiannya.

6) **Live Musik Bisa Dicoba**

Salah satu keunggulan dari rumah makan adalah dengan menyediakan live musik di hari atau jam-jam tertentu. Jika dilihat sekilas live musik memang terlihat sepele, tetapi faktanya pada live musik tersebut ada magnet yang cukup besar untuk bisa menggaet hati para konsumen maupun pelanggan yang tengah asik menyantap makanannya. Serta jangan ragu untuk melakukan sedikit survey tentang selera musik favorit pelanggan sebelum menerapkan live musik dalam operasional usaha rumah makan ini.

7) Pemasaran Secara Online

Pemasaran secara online juga bisa digunakan seperti yang telah dilakukan oleh rumah makan Kedai Bunda Flamboyan ini yaitu dengan membuat instagram untuk rumah makan ini, jadi yang harus dilakukan sekarang adalah mengelola dengan sebaik mungkin pemasaran secara online ini dan harus selalu aktif memantau komentar-komentar dan masukan yang diberikan oleh masyarakat tentang menu-menu makanan yang sudah ada serta menu makan baru yang di upload ke instagram tersebut.

Memiliki usaha di bidang kuliner makanan yang terus berkembang dari waktu ke waktu merupakan tujuan utama dari setiap pelaku bisnis kuliner. Salah satu faktor yang menjadi penyebab lambat atau cepatnya perkembangan bisnis kuliner ini sangat dipengaruhi oleh strategi pemasaran yang digunakan. Untuk mendapatkan hasil pemasaran yang optimal, sebaiknya usaha rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi menyusun strategi yang efektif dengan menggunakan tahapan-tahapan dalam menyusun strategi pemasarannya yaitu sebagai berikut :

- 1) Melihat peluang pasar yaitu menganalisis kesempatan atau peluang pasar yang bisa dimanfaatkan dalam usaha kegiatan yang dilakukan rumah makan ini untuk mencapai tujuannya. Peluang pasar tersebut harus dipertimbangkan dengan sebaik mungkin untuk bisa memilih mana yang lebih tepat dengan tujuan yang akan dicapai usaha rumah makan ini.
- 2) Melakukan riset pasar yaitu melihat seberapa besar potensi pasar, mengukur tingkat kebutuhan pasar, peluang pasar, dan ragam segmen yang tersedia. Dan juga mengetahui tingkat persaingan di pasar tersebut.
- 3) Mengembangkan strategi marketing yaitu dengan memperhitungkan keunggulan dari rumah makan ini, serta siapkan strategi posisi dan merek/brand produk tersebut.
- 4) Menetapkan program pemasaran/marketing yaitu apa saja program pemasaran yang rumah makan ini rencanakan, misalnya ketika menciptakan menu-menu baru, apakah memasarkan makanan tersebut dengan melalui bantuan iklan, brosur, atau memanfaatkan internet/media sosial. Pada tahap ini usaha rumah makan perlu memperhitungkan total biaya atau anggaran pemasaran yang akan dikeluarkan.
- 5) Evaluasi dan perbaikan yaitu tahap terakhir dalam penyusunan strategi pemasaran dari sini rumah makan Kedai Bunda Flamboyan dapat melihat bagaimana hasil dari program-program pemasaran/marketing tersebut. Apakah sudah sesuai dengan target yang diinginkan oleh usaha rumah makan ini, dan dari hasil evaluasi tersebut bisa diketahui program pemasaran apa saja yang perlu diperbaiki, mana yang perlu diperkuat, mana yang perlu dikurangi atau mungkin dihapuskan.

Dari tahap-tahap strategi pemasaran diatas penulis berpendapat bahwa penerapan strategi pemasaran terpadu yang efektif untuk meningkatkan omzet penjualan pada rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin, juga bisa menerapkan strategi acuan atau bauran pemasaran dalam usahanya dimana keempat komponen atau variabel tersebut dikombinasikan guna mencapai sasaran pasar yang dituju usaha rumah makan ini. Keempat unsur variabel-variabel strategi acuan atau bauran pemasaran tersebut yaitu strategi produk, strategi harga, strategi penyaluran/distribusi, dan strategi promosi.

1) Strategi Produk

Pada strategi bauran pemasaran, strategi produk menjadi strategi yang paling penting karena strategi ini dapat mempengaruhi strategi pemasaran yang lainnya. Pemilihan yang tepat pada jenis produk yang kita hasilkan kemudian kita pasarkan dapat menentukan kegiatan promosi yang diperlukan, serta penentuan harga dan bagaimana cara menyalurkannya. Dan bagi usaha rumah makan tersebut mereka harus tahu bagian-bagian mana saja yang akan dipromosikan untuk memaksimalkan produk yang akan mereka pasarkan, yaitu seperti keragaman produk atau variasi dari menu, kualitas rasa dari makanannya, penyajiannya, ciri khas rasanya, merek, kemasan, ukuran, serta garansi. Karena produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memperoleh perhatian, dibeli, dan dipergunakan atau dikonsumsi guna memuaskan keinginan serta kebutuhan dari konsumen maupun pelanggan.

2) Strategi Harga

Dalam bauran pemasaran, harga merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi pemasaran suatu produk. Walaupun dalam penetapan harga adalah hal yang penting, tetapi masih banyak usaha atau perusahaan yang kurang baik dalam hal menangani

permasalahan penetapan harga. Jadi penetapan harga yang tepat dapat menghasilkan keuntungan yang baik dan dapat dicapai oleh usaha atau perusahaan tersebut.

3) **Strategi Penyaluran/Distribusi**

Di dalam suatu usaha atau perusahaan untuk mencapai tujuan serta sasaran pada pemasarannya harus melakukan kegiatan penyaluran. Penyaluran adalah suatu kegiatan penyampaian produk hingga sampai ketangan konsumen atau pelanggan pada waktu dan tempat yang tepat. Sehingga kebijakan dalam penyaluran menjadi salah satu kebijakan pemasaran terpadu yang meliputi penentuan dari saluran pemasaran serta distribusi fisik.

4) **Strategi Promosi**

Suatu produk bagaimanapun yang mempunyai manfaat dan kualitas yang bagus pasti tidak akan dikenal serta diketahui oleh konsumen atau pelanggan secara luas dan mungkin tidak akan dibeli oleh konsumen apabila tidak melakukan kegiatan promosi yang menjadi salah satu strategi acuan atau bauran pemasaran. Oleh karena itu suatu usaha atau perusahaan harus bisa berusaha mempengaruhi para konsumen atau pelanggan agar dapat menciptakan permintaan atas produk tersebut, setelah itu dipelihara serta dikembangkan.

Dari berbagai penjelasan diatas, rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin didalam usahanya sebagian besar juga sudah menerapkan strategi bauran pemasaran tetapi didalam kegiatan pelaksanaannya masih belum maksimal. Strategi bauran pemasaran atau marketing mix sangat berpengaruh terhadap peningkatan omzet penjualan pada usaha rumah makan ini. Karena bauran pemasaran/marketing mix terdiri dari kombinasi variabel-variabel yang bisa dikendalikan serta digunakan oleh usaha rumah makan ini untuk mempengaruhi tanggapan konsumen maupun pelanggan agar dapat mencapai sasaran pasarnya serta dapat meningkatkan omzet pendapatan penjualannya.

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan dari uraian diatas, maka dapat ditarik suatu kesimpulan yaitu sebagai berikut :

- 1) Rumah Makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin adalah usaha rumah makan yang bergerak dibidang kuliner yang berada di Kota Banjarmasin didirikan pada tahun 2005, yang sudah berdiri kurang lebih 14 tahun lamanya dan usaha rumah makan ini juga memiliki surat izin terhadap usahanya, yaitu Surat Tanda Bukti Daftar Usaha berdasarkan surat dari Pemerintah Kota Banjarmasin Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, Nomor : 503-269/IUPW-VII/DPMPTSP/2018, rekomendasi dari Dinas Pariwisata, Seni, dan Kebudayaan Kota Banjarmasin Nomor : 556/74/PENG-PAR/DISBUDPAR/RM/VII/2018, tanggal 10 Juli 2018. Sampai sekarang usaha ini terus saja berkembang dan pada tiga tahun terakhir ini yaitu pada tahun 2015 sampai tahun 2017, rumah makan Kedai Bunda Flamboyan mengalami penurunan terhadap omzet pendapatan penjualannya dan penurunan tersebut terjadi pada tahun 2017. Penurunan tersebut terjadi karena kurang maksimalnya didalam menerapkan strategi pemasaran seperti produk, harga, distribusi dan promosi yang dilakukan oleh rumah makan ini.
- 2) Faktor yang dapat meningkatkan omzet penjualan yaitu terletak pada bagaimana bauran pemasaran yang dilakukan/diterapkan pada usaha tersebut serta hasil produksi dengan kualitas terbaik yang diberikan kepada konsumen atau pelanggan dengan begitu mereka akan loyal terhadap usaha rumah makan ini dan tidak akan berpindah kepada pesaing lain.
- 3) Rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin didalam usahanya sebagian besar juga sudah menerapkan strategi bauran pemasaran tetapi didalam kegiatan pelaksanaannya masih belum maksimal. Strategi bauran pemasaran atau marketing mix sangat berpengaruh terhadap peningkatan omzet penjualan pada usaha rumah makan ini. Karena bauran pemasaran/marketing mix terdiri dari kombinasi variabel-variabel yang bisa dikendalikan serta digunakan oleh usaha rumah makan ini untuk mempengaruhi tanggapan konsumen maupun pelanggan agar dapat mencapai sasaran pasarnya serta dapat meningkatkan omzet pendapatan penjualannya.

- 4) Dengan penerapan bauran pemasaran yang efektif dapat meningkatkan hasil penjualan yang diinginkan oleh suatu usaha tersebut, yaitu dengan melalui tahap-tahap perencanaan pemasaran yang tepat.

2. Saran-Saran

- 1) Didalam usaha meningkatkan omzet penjualannya rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin seharusnya memperluas daerah pemasaran dengan meningkatkan kegiatan didalam usaha memasarkan maupun mempromosikan usaha rumah makannya agar masyarakat luar daerah pun juga mengenal serta mengetahui usaha rumah makan ini.
- 2) Rumah makan ini perlu menentukan sasaran pasar yang tepat, kemudian melakukan segmentasi pasar, memilih target pasar, mengidentifikasi posisi para pesaing, setelah itu menetapkan posisi usaha sendiri dipasar, pada saat itu barulah usaha tersebut bisa memulai menyusun bauran pemasarannya secara rinci, agar dapat tercapainya tujuan yang diinginkan oleh usaha rumah makan tersebut.
- 3) Usaha rumah makan ini juga harus bisa memilih bauran pemasaran apa saja yang tepat digunakan didalam memasarkan usahanya, sehingga bauran pemasaran yang diterapkan tersebut dapat meningkatkan omzet penjualan pada rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi.
- 4) Jika terdapat keluhan-keluhan/complain baik itu dari karyawan, konsumen maupun pelanggan sebaiknya pimpinan/pemilik usaha rumah makan Kedai Bunda Flamboyan ini harus memperhatikannya dengan baik karena hal tersebut dapat mempengaruhi kelancaran arus produksi serta pemasaran yang sedang berjalan, dengan adanya tindakan tersebut diharapkan dapat meningkatkan omzet pendapatan penjualan rumah makan ini.

REFERENSI

- Alma Buchari, 2004., Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Bandung, Alfabeta.
....., 2005., Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Bandung, Alfabeta.
Basu Swastha, dan Irawan, 2005., Manajemen Pemasaran Modern, Yogyakarta : Liberty
Christian A.D Selang, 2013., Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall Manado, Manado, Universitas Sam Ratulangi Manado
Engel, J; Blackwell R, 2004., Customer Behavior, Dryden Press Chicago Andi, Yogyakarta.
Fandi Tjiptono, 2008., Strategi Pemasaran, Edisi ke 3, Yogyakarta : Andi
Joseph P. Cannon, William D. Perreault, Jr., E. Jerome McCarthy. 2008., Pemasaran Dasar – Pendekatan Manajemen Global, Edisi ke 16, Buku 1, Jakarta : Salemba Empat
Marius P. Angipora, 2002., Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi ke 2, Penerbit PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.
M. Manullang, 2012., Dasar-Dasar Manajemen, Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
Murti Sumarni, dan John Soeprihanto, 2010., Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan), Edisi ke 5, Yogyakarta : Liberty Yogyakarta.
Sofyan Assauri, 2004., Manajemen Produksi dan Operasi, Penerbit Fakultas Ekonomi UI. Jakarta.
Philip Kotler, 2000., Manajemen Pemasaran, Jakarta : Bumi Aksara
Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller, 2007., Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Edisi Pertama, Penerbit Prentice Hall, Salemba Empat, Jakarta.



Plagiarism Checker X Originality Report

Similarity Found: 10%

Date: Tuesday, July 16, 2019

Statistics: 508 words Plagiarized / 5099 Total words

Remarks: Low Plagiarism Detected - Your Document needs Optional Improvement.

ANALISIS BAURAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA KEDAI BUNDA FLAMBOYAN KAYU TANGI BANJARMASIN Gusti Ghina Nisrina Email : gustighina13@gmail.com ABSTRAK Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) bauran pemasaran yang digunakan berpengaruh terhadap peningkatkan omzet penjualan pada Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin, (2) kendala atau masalah dalam menerapkan bauran pemasaran tersebut berpengaruh terhadap peningkatkan omzet penjualan pada Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian deskriptif analisis dengan penelitian kualitatif dan merupakan penelitian survey.

Responden dalam penelitian ini adalah pimpinan sekaligus pemilik rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin. Hasil penelitian menunjukkan 1) bauran pemasaran yang digunakan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan omzet penjualan pada Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin, 2) kendala atau masalah dalam menerapkan bauran pemasaran tersebut berpengaruh signifikan terhadap peningkatan omzet penjualan pada Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, dan Kendala atau Masalah ABSTRACT This study is intended to discuss: (1) the marketing mix used to increase sales turnover in Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin, (2) discuss or overcome problems in the marketing mix related to increasing sales turnover at Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin. This research uses descriptive analysis with qualitative research and is a survey research.

The response in this study was the chairman and owner of the Kedai Bunda Flamboyan

Kayu Tangi Banjarmasin restaurant. The results showed 1) Flamboyant Mixture of Tangi Wood Banjarmasin, 2) Flamboyant Mixture of Tangi Wood Banjarmasin, 2) Problems related to increased sales at Kedai Bunda Flamboyant Kayu Tangi Banjarmasin.

Keywords : Marketing Mix, and Constraints or Problems PENDAHULUAN Latar Belakang Kota Banjarmasin merupakan ibukota Provinsi Kalimantan Selatan yang berada pada posisi yang strategis yakni sebagai gerbang utama perdagangan melalui jalur laut. Sejak dahulu Banjarmasin memegang peranan strategis dalam lalu lintas perdagangan antar pulau, karena terletak di pertemuan antara Sungai Barito dan Sungai Martapura yang luas dan dalam.

Meningkatkan pertumbuhan ekonomi, khususnya industri dan perdagangan di Kota Banjarmasin tidak terlepas dari dukungan sarana dan prasarana yang ada, khususnya infrastruktur jalan dan jembatan yang tentunya sangat menunjang aktivitas perdagangan di Kota Banjarmasin yang berfungsi sebagai pusat perdagangan. Kota Banjarmasin merupakan daerah perkotaan yang mempunyai tingkat perkembangan sangat pesat pada berbagai bidang, baik itu ekonomi, sosial, budaya, politik, maupun pemerintahannya. Pertumbuhan ekonomi Kota Banjarmasin terus meningkat dari tahun (2011-2014).

Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) saat ini ada tiga faktor yang menyerap tenaga kerja terbanyak di Provinsi Kalimantan Selatan yaitu sektor pertanian, sektor perdagangan, dan sektor jasa kemasyarakatan. Sementara itu jumlah angkatan kerja terus meningkat setiap tahunnya. Dan jumlah penduduk yang bekerja juga bertambah besar dibandingkan dengan tahun 2017.

Pada tahun 2018, Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja Kalimantan Selatan meningkat dan Tingkat Pengangguran Terbuka menurun. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) tertinggi pada jenjang SMA atau sekolah sederajat sedangkan TPT terendah terdapat pada jenjang pendidikan SD kebawah. Sementara TPT yang mengalami peningkatan yaitu di jenjang pendidikan Diploma dan Universitas pada tahun 2017.

Sementara di tingkat pendidikan SMA sederajat, SMP, dan SD mengalami penurunan angka pengangguran. Adanya kenaikan angka pengangguran di jenjang pendidikan Diploma dan Universitas terjadi karena lulusan berijazah pendidikan ini pilih-pilih dalam mencari pekerjaan dibandingkan lulusan SMA sederajat ke bawah.

Berdasarkan BPS angka pengangguran terbesar ada di Banjarmasin sedangkan urutan kedua yaitu Tanah Bumbu kemudian disusul oleh Banjarbaru. Dengan banyaknya pengangguran yang ada di Banjarmasin maka kiranya tidak berlebihan apabila salah

satu sektor dapat dikembangkan yaitu sektor perdagangan seperti Rumah Makan.

Usaha rumah makan ini mampu menarik tenaga kerja dan keutungan yang besar karena mampu bersaing dengan usaha besar lainnya dari segi harga yang cukup terjangkau. Keanekaragaman rumah makan yang ada di Banjarmasin ini sangatlah banyak peminatnya terutama orang-orang dari luar kota yang datang ke Banjarmasin yang belum pernah merasakan masakan khas kuliner orang Banjar.

Semakin berkembangnya usaha-usaha kuliner yang ada di kota ini, mengakibatkan semakin ketat persaingan yang dihadapi oleh usaha-usaha tersebut baik dari mencari, mendapatkan, dan mempertahankan konsumen. Bagaimana pun juga konsumen merupakan pemakai produk barang atau jasa yang dihasilkan oleh setiap perusahaan, misalnya seperti rumah makan.

Karena konsumen adalah bagian terpenting bagi kelangsungan dari suatu usaha. Pada rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi, dalam mempertahankan usaha dan konsumennya agar loyal terhadap usahanya mereka lebih mengedepankan pada kualitas rasa makanannya dengan menyesuaikan terhadap selera dari konsumen atau pelanggan, sehingga mampu menyediakan produk yang diinginkan oleh konsumen.

Tidak gampang untuk menjadikan sebuah rumah makan yang banyak dicari atau disenangi konsumen, karena dari sebagian konsumen tersebut tidak berfokus pada rasa, tetapi pada harga, penampilan, kebersihan, tempat dan lingkungan sekitarnya. Banyaknya pendapat dan masukan yang diberikan oleh berbagai konsumen yang datang ke Kedai Bunda menjadikan suatu inovasi untuk menghasilkan suatu produk baru yang pastinya diinginkan oleh konsumen itu sendiri, sehingga dari konsumenlah banyak inspirasi yang didapat untuk memajukan rumah makan Kedai Bunda Flamboyan.

Disamping itu selain mengedepankan soal rasa bauran pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan omzet penjualan agar sesuai dengan yang diharapkan pada rumah makan Kedai Bunda Flamboyan ini juga melakukan promosi terhadap produknya dengan berbagai cara misalnya spanduk, surat kabar, media sosial, dan juga pada box atau kotak nasinya yang bertuliskan Kedai Bunda yang dicetak menggunakan huruf besar.

Oleh karena itu pembahasan skripsi ini difokuskan pada bauran pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan omzet penjualan pada "Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi". Perumusan Masalah Berdasarkan latar belakang tersebut diatas maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut : Bagaimana bauran pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan omzet penjualan

pada Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin ? METODE Jenis Penelitian Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif analisis dengan penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang menggambarkan tentang riset suatu peristiwa berdasarkan apa adanya kemudian mendeskripsikannya untuk mengetahui permasalahan yang sedang terjadi kemudian mencari jalan keluarnya.

2) Lokasi Penelitian Rumah Makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin yang beralamat di Jalan Flamboyan Kayu Tangi Rt.042 No.55 Kelurahan Sungai Miai Kecamatan Banjarmasin Utara 70123. Rumah makan ini bertempat pada lokasi yang strategis, di bagian Utara Banjarmasin, tempatnya bersih dan menu bervariasi, ada tradisional food, modern food, dan dari luar daerah, sirkulasi udaranya juga bagus, tidak membuat pengap dan pelayanannya ramah.

3) Responden Responden dalam penelitian ini adalah pimpinan sekaligus pemilik rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin yang merupakan pemegang dan pengambil keputusan dalam situasi apapun serta manajer yang langsung terjun sendiri untuk handle atau mengawasi semua pendapatan penjualan dan produktivitas karyawannya. 4) Data 1.

Pengertian Data Data adalah sekumpulan keterangan atau fakta mentah berupa simbol, angka, kata-kata, atau citra, yang didapatkan melalui proses pengamatan atau pencarian ke sumber-sumber tertentu. 2. Jenis Data (1) Data Primer Data Primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yaitu pada rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi, data informasi ini diperoleh dari keterangan yang diberikan melalui wawancara dan observasi kepada pemilik sekaligus pimpinan dari rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi dalam meningkatkan omzet penjualan.

(2) Data Sekunder Data Sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum yang ada kaitannya dengan bauran pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan. 3.

Teknik Pengumpulan Data (1) Penelitian Kepustakaan (Library Research) Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan bahan-bahan yang bisa dijadikan referensi atau panduan yang bersifat teoritis dan berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini. (2) Penelitian Lapangan (Field Research) Yaitu pengumpulan data dengan cara : 1.

Observasi, peneliti melakukan penelitian dengan cara melakukan pengamatan secara

langsung dengan objek penelitian yakni Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi untuk memperoleh gambaran lebih jelas mengenai permasalahan yang sedang dihadapi. 2. Wawancara, peneliti melakukan penelitian dengan cara tatap muka dan tanya jawab secara langsung dengan pemilik atau pimpinan usaha tersebut dan karyawan yang bersangkutan untuk memperoleh informasi mengenai permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini. 3.

Uji Pustaka, peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara mengumpulkan bahan referensi yang ada kaitannya dengan permasalahan yang akan diteliti. 4. Teknik Pengolahan Data Data yang sudah diperoleh dari penelitian yang dilakukan sebelumnya dikumpulkan kemudian dianalisa menggunakan fakta dan informasi yang didapatkan sehingga mendapatkan kesimpulan. 5.

Teknik Analisa Data (1) Metode Deskriptif Data penelitian dikumpulkan secara langsung dari Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi kemudian diolah kembali sehingga mendapatkan gambaran yang jelas dan menyeluruh mengenai masalah-masalah yang akan dibahas. (2) Metode Kualitatif Sebuah pendekatan investigasi yang dilakukan dengan mengumpulkan data dengan cara bertatap muka secara langsung dan berinteraksi dengan orang-orang yang berada di Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi.

HASIL DAN PEMBAHASAN Hasil Penelitian Berdasarkan dari data yang didapat omzet penjualan pada tahun 2015-2017 menunjukkan adanya penurunan terhadap omzet pendapatan penjualannya tetapi penurunannya tidak begitu signifikan atau terlalu jauh berbeda dari omzet pendapatan penjualan sebelumnya. Berikut ini adalah data tabel dari omzet pendapatan penjualan dari tahun 2015-2017 yang menunjukkan adanya penurunan omzet di tahun 2017, pada rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin.

Data tabel tersebut dapat dilihat sebagai berikut : Tabel OMZET PENJUALAN PADA RUMAH MAKAN KEDAI BUNDA FLAMBOYAN KAYU TANGI BANJARMASIN SELAMA 3 TAHUN TERAKHIR DATA _TAHUN _ _2015 _2016 _2017 _ _Pengeluaran _Rp. 11.002.350.600 _Rp. 11.407.867.800 _Rp. 10.965.639.900 _ _Laba _Rp. 2.619.604.000 _Rp. 2.703.056.000 _Rp. 2.527.719.000 _ _JUMLAH _Rp. 13.621.954.600 _Rp. 14.110.923.800 _Rp. 13.493.358.900 _ _ Sumber : Rumah Makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin Dari data tabel diatas dapat dilihat secara jelas penurunan omzet penjualan yang terjadi pada tahun 2017. Pada tahun 2015 omzet yang didapat sebesar Rp. 13.621.954.600, kemudian mengalami peningkatan pada tahun 2016 menjadi Rp. 14.110.923.800, setelah itu pada tahun 2017 mengalami penurunan sehingga omzet yang didapatkan menjadi Rp. 13.493.358.900.

Jadi penurunan omzet pendapatan penjualan pada tahun 2016 ke tahun 2017 sebesar Rp. 617.564.900. Sedangkan untuk target omzet pendapatan penjualan, rumah makan Kedai Bunda Flamboyan ini tidak menetapkan target pada omzet pendapatannya itu semua tergantung dari seberapa besar pengeluaran yang dikeluarkan dalam sebulan atau setiap tahunnya maka omzet pendapatan penjualan yang didapat juga sesuai dengan pengeluaran tersebut.

Dari penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa ada beberapa faktor -faktor yang menjadi penyebab kendala atau masalah yang dapat memicu terjadinya penurunan omzet pendapatan penjualan tersebut, yaitu : 1. Rumah makan ini di dalam usaha memasarkan atau mempromosikan hasil produksinya kurang efisien. 2. Naiknya harga bahan baku dan barang-barang pokok lainnya. 3. Adanya keterbatasan dana atau anggaran di dalam kegiatan pemasaran maupun promosi yang dilakukan. 4.

Karena cuaca yang tidak menentu. Untuk penjelasannya, dibawah ini akan menguraikan faktor-faktor tersebut yang menjadi penyebab menurunnya omzet pendapatan penjualan pada rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin. Rumah makan ini di dalam usaha memasarkan atau mempromosikan hasil produksinya kurang efisien.

Pemasaran merupakan proses dalam menyusun komunikasi yang terpadu bertujuan memberikan suatu informasi mengenai produk barang dan jasa yang dihasilkan untuk memuaskan kebutuhan serta keinginan konsumen atau pelanggan. Usaha pemasaran yang dilakukan untuk mendapatkan permintaan dari produk yang dihasilkan dan untuk menarik minat dari konsumen atau pelanggan agar loyal dan mau membeli produk yang ditawarkan.

Berdasarkan dari data omzet pendapatan penjualan yang didapat selama 3 tahun terakhir yaitu pada tahun 2015-2017, omzet yang didapat mengalami penurunan yaitu pada tahun 2017. Hal tersebut dapat terjadi karena rumah makan ini di dalam kegiatan proses pemasaran maupun promosi yang dilakukannya kurang efisien. Dengan proses pemasaran atau promosi yang kurang efisien maka akan berdampak pada keberadaan usaha rumah makan yang tidak banyak dikenal oleh orang lain, sehingga pelanggan yang ada tidak akan bertambah banyak dan juga orang-orang yang belum pernah datang ke rumah makan ini tidak akan mengetahui bagaimana kualitas produksi makanan yang dihasilkan oleh rumah makan.

Berikut ini adalah hasil penelitian terhadap konsumen atau pelanggan dan masyarakat umum pada rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin berhubungan dengan masalah yang muncul akibat pemasaran atau promosi yang

kurang efektif : Kurang dikenal oleh masyarakat umum diluar daerah Kota Banjarmasin. Kurang dikenal oleh masyarakat umum diluar daerah karena pada usaha rumah makan ini tidak begitu gencar dalam mempromosikan usahanya, tetapi pemasaran atau promosi yang sudah dilakukan sekarang ini memang sudah baik dengan memasang spanduk yang bertuliskan "Kedai Bunda Flamboyan" pada tempat usaha dan juga promosi pada kotak nasinya yang juga tertulis nama Kedai Bunda Flamboyan, akan tetapi alangkah lebih baiknya jika usaha ini meningkatkan pemasaran atau promosinya dengan memasang iklan agar masyarakat luar daerah pun juga mengenal dan mengetahui usaha rumah makan ini.

Pendapat konsumen atau pelanggan serta masyarakat umum terhadap makanan dan minuman yang dijual pada Kedai Bunda Flamboyan. Akibat kurangnya pemasaran atau promosi yang dilakukan oleh usaha rumah makan ini, maka konsumen serta masyarakat umum kurang mengetahui mengenai harga makanan dan minuman yang ada di Kedai Bunda Flamboyan dan karena hal tersebut tidak sedikit masyarakat yang dari golongan menengah kebawah berpendapat bahwa makanan dan minuman yang dijual tersebut harganya mahal padahal pada kenyataannya tidak seperti itu, bahkan harga makanan dan minuman pada Kedai Bunda Flamboyan ini cukup terjangkau.

Kurangnya antisipasi terhadap para pesaing lain maupun sejenis. Usaha rumah makan ini menyadari bahwa pada zaman sekarang persaingan usaha dibidang kuliner semakin ketat dan pertumbuhan usaha-usaha rumah makan kecil pun semakin banyak hal yang demikian ini sangat mempengaruhi terhadap penurunan omzet penjualan pada rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin tiga tahun terakhir pada tahun 2015-2017 yang terjadi penurunan pada tahun 2017.

Untuk hal ini usaha rumah makan tidak begitu memperhatikan masalah tersebut karena menganggap penurunan yang terjadi tidak terlalu jauh dari omzet pendapatan penjualan sebelumnya, akan tetapi jika hal tersebut dibiarkan begitu saja maka tidak menutup kemungkinan pelanggan yang dimiliki sekarang berpindah pada pesaing lain. (4) Daerah pemasaran yang kurang luas Daerah pemasaran yang dilakukan sekarang ini hanya di daerah Kota Banjarmasin hal ini sudah cukup membuat rumah makan Kedai Bunda Flamboyan ini berkembang serta maju sampai seperti sekarang sedangkan pemasaran untuk luar daerah masih belum dilakukan sehingga banyak orang yang belum mengenal rumah makan ini. Naiknya harga bahan baku dan barang-barang pokok lainnya.

Dengan adanya kenaikan pada bahan baku dan barang-barang pokok lainnya yang ada di pasaran membuat pengeluaran yang harus dikeluarkan rumah makan Kedai Bunda Flamboyan juga bertambah banyak hal seperti ini dapat mempengaruhi tingkat omzet

pendapatan penjualan yang didapatkan. Dalam menghadapi masalah seperti ini usaha rumah makan tidak mengurangi bahan baku maupun barang-barang pokok yang biasanya digunakan agar tidak merubah kualitas rasa dari makanan tersebut sebagai imbasnya usaha rumah makan ini harus menambah pengeluarannya, mengenai harga, usaha ini juga menaikkan harga pada makanannya tetapi hanya sedikit agar pelanggan tidak berpindah ke usaha pesaing lain. Adanya keterbatasan dana atau anggaran di dalam kegiatan pemasaran maupun promosi yang dilakukan.

Rumah makan ini juga sedikit mengalami keterbatasan dana atau anggaran di dalam kegiatannya memasarkan maupun mempromosikan hasil produksinya yaitu **makanan dan minuman yang** ada di Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi, sehingga usaha rumah makan ini tidak begitu bebas dalam memilih serta menentukan bentuk kegiatan pemasaran yang akan mereka lakukan dan yang sesuai untuk usaha rumah makan ini.

Karena hal tersebut akibatnya dalam **kegiatan pemasaran yang dilakukan** usaha ini mengalami penurunan terhadap omzet pendapatannya. Sedangkan pada zaman sekarang keadaan pasar terus mengalami perubahan dimana banyaknya usaha rumah makan dan warung-warung kecil mulai bermunculan yang sama-sama menjual makanan dan minuman **seperti yang ada di** Kedai Bunda Flamboyan ini, dengan masalah seperti ini para pesaing pun menjadi bertambah banyak, keadaan ini jelas mempengaruhi omzet penjualan yang didapatkan oleh rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin.

Oleh karena itu, untuk mengatasi masalah tersebut usaha rumah makan ini harus lebih aktif dalam melakukan kegiatan pemasaran maupun promosi yang lebih baik dari sebelumnya terhadap **makanan dan minuman yang** mereka jual guna meningkatkan omzet pendapatan penjualan usahanya. Sehingga masalah-masalah tersebut dapat teratasi dengan baik. 4) **Karena cuaca yang tidak menentu.**

Cuaca yang tidak menentu yaitu kadang panas dan kadang hujan mengakibatkan pelanggan yang datang ke Kedai pun menjadi berkurang, biasanya saat musim hujan terjadi orang-orang malas keluar rumah meski hanya untuk membeli makanan untuk mereka sendiri, hal seperti ini berakibat pada omzet pendapatan penjualan yang juga menurun. Dalam keadaan seperti ini biasanya usaha rumah makan Kedai Bunda Flamboyan untuk mengantisipasi kerugian yang dapat terjadi dengan menurunkan pengeluaran yang biasanya dikeluarkan **karena hal tersebut dapat** menekan tingkat kerugian yang terjadi akibat berkurangnya pelanggan yang datang ke Kedai.

Pada saat ini hal seperti itu sudah dapat teratasi dengan adanya layanan pesan antar yang dilakukan oleh Go-Jek, jadi ketika hujan para pelanggan akan tetap bisa membeli

makanan yang mereka inginkan tanpa harus keluar rumah yaitu dengan bantuan Go-jek tersebut, dengan begitu mereka akan tetap bisa menikmati makanan apa saja yang mereka inginkan untuk mengisi perut mereka yang lapar.

Kebijakan-Kebijakan Dalam Bauran Pemasaran Yang Diterapkan Oleh Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin : 1. Kebijakan Produk Dalam kebijakan produk ini Kedai Bunda menawarkan berbagai makanan kepada pelanggannya, makanan utama yang ditawarkan oleh rumah makan ini yaitu Bubur Ayam, dengan cita rasa yang enak, hasil penjualan yang didapatkan pun juga bagus dan terus menerus meningkat.

Setelah berhasil dengan Bubur Ayam tersebut, Kedai Bunda menambahkan menu-menu baru kepada pelanggannya agar menu makanan yang ada lebih bervariasi. Menu makanan yang ditawarkan yaitu Nasi Kuning, Lontong, Soto Banjar, Nasi Sop, Rawon, Lalapan, Nasi Goreng, Mie Goreng, dan lain-lain seperti yang ada dimenu makanannya. Kebijakan produk yang diterapkan oleh Kedai Bunda Flamboyan dengan menawarkan berbagai makanan khas Banjar ini kepada pelanggannya terus menerus mengalami peningkatan.

Oleh karena itu kebijakan produk yang ditetapkan/ditawarkan oleh rumah makan ini sampai saat ini sudah berhasil dengan menekankan terhadap kualitas produk yang mereka hasilkan. 2. Kebijakan Harga Dalam menentukan/menetapkan kebijakan harga pada produk makanan dan minumannya Kedai Bunda Flamboyan ini sangat berhati-hati, karena hal ini merupakan persoalan yang sangat penting bagi rumah makan ini, yang bisa mempengaruhi terhadap permintaan pasar, berpengaruh terhadap maksimal atau tidaknya pendapatan penjualan, serta mempengaruhi terhadap para pesaing.

Karena itu dalam kebijakan penetapan harga Kedai Bunda Flamboyan melihat pada faktor internal dan eksternal yaitu pada biaya produksinya, kualitas produk yang ditawarkan, permintaan pasar serta pesaing lain. Jadi kebijakan harga yang ditetapkan oleh rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin saat ini sudah berhasil menarik banyak pengunjung/pelanggan sehingga rumah makan ini selalu ramai dikunjungi orang-orang. 3.

Kebijakan Promosi Dalam kebijakan promosi ini Kedai Bunda Flamboyan melakukan pemasaran dengan cara memasang spanduk besar pada bagian luar rumah makan, melakukan promosi/pemasaran dimedia sosial, surat kabar, dan juga pada kotak nasinya yang bertuliskan Kedai Bunda yang dicetak dengan besar. Kebijakan promosi yang dilakukan ini sangat bagus dan berhasil menarik, mempengaruhi, serta mengenalkan rumah makan ini kepada masyarakat sehingga pengunjung yang datang ke Kedai semakin banyak dan pendapatan penjualannya pun meningkat. 4.

Kebijakan Distribusi Kebijakan distribusi yang dilakukan oleh rumah makan Kedai Bunda Flamboyan ini mereka ada menyediakan alat akut berupa mobil untuk menyalurkan produk-produk mereka kepada pembeli, dan juga ditambah dengan jasa pesan antar seperti Go-Jek yang sangat mempermudah dalam hal proses penyaluran produk makan yang dipesan pembeli/pelanggan.

Dengan adanya kebijakan distribusi yang dilakukan oleh Kedai Bunda ini maka proses penyaluran distribusi ini menjadi lancar sehingga hal tersebut mempengaruhi terhadap peningkatan pendapatan penjualan yang didapatkan pada rumah makan ini. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa faktor yang dapat meningkatkan omzet penjualan yaitu terletak pada bagaimana bauran pemasaran yang dilakukan/diterapkan pada usaha tersebut serta hasil produksi dengan kualitas terbaik yang diberikan kepada konsumen atau pelanggan dengan begitu mereka akan loyal terhadap usaha rumah makan ini **dan tidak akan berpindah** kepada pesaing lain.

Analisis Dan Pembahasan Dari penjelasan hasil penelitian diatas mengemukakan bahwa yang menjadi masalah yaitu dalam bidang pemasaran maupun promosinya, kenaikan **harga bahan baku dan barang-barang** pokok, adanya keterbatasan dana atau anggaran dalam memasarkan maupun mempromosikan hasil produksinya, serta **cuaca yang tidak menentu** menjadi masalah pada usaha rumah makan Kedai Bunda Flamboyan ini, sehingga mengakibatkan penurunan terhadap omzet pendapatan penjualan usaha mereka.

Dan **untuk mengatasi masalah-masalah tersebut** maka sebagai sumbangan pemikiran terhadap usaha rumah makan ini, penulis ingin mengemukakan beberapa pilihan mengenai pemecahan masalah tersebut, yaitu dengan menerapkan beberapa strategi pemasaran yang baik dan tepat untuk usaha rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin, yaitu sebagai berikut : 1) Siapkan Rencana Promosi Yang Efektif Yaitu bisa dengan menyusun acara bulanan maupun mingguan atau acara khusus ketika weekend atau hari libur tiba. Misalnya dengan menyajikan menu spesial mingguan atau menu khusus Hari Raya, hari pahlawan dan lain sebagainya.

Dan juga menyiapkan program customer royalty, misalnya jika konsumen atau pelanggan tersebut selalu makan dan menjadi pelanggan setia rumah makan maka mereka akan mendapatkan diskon khusus, promo dan lain-lain. Promosi seperti ini secara tidak langsung dapat membuat ikatan khusus dalam diri konsumen maupun pelanggan terhadap rumah makan ini.

2) Promosi Ke Target Pasar Setiap rumah makan memiliki target pasar yang

berbeda-beda. Dengan begitu sangat penting bagi rumah makan Kedai Bunda Flamboyan untuk mempromosikan usaha rumah makannya tepat pada target pasar yang diinginkan. Ketepatan promosi ini juga akan membantu dalam efisiensi biaya dan waktu.

3) Tingkatkan Pelayanan Rumah Makan Pelayanan rumah makan adalah sektor vital setelah menu yang disediakan. Jangan ragu untuk memilih karyawan terbaik untuk rumah makan ini. Bekali mereka dengan kemampuan dan pengetahuan yang cukup untuk bisa melayani pelanggan dengan cepat, ramah, baik, dan sopan.

4) Konsep Rumah Makan Sangat penting untuk memiliki konsep dalam menjalankan bisnis kuliner khususnya rumah makan. Konsep yang unik dan berbeda dari konsep rumah makan yang sudah ada akan membuat pelanggan tertarik dengan rumah makan tersebut. Selain itu daripada mencari konsep yang terbaik, akan lebih baik jika usaha tersebut mengembangkan konsep impian yang diinginkan pemilik dari rumah makan itu sendiri dan tentunya peluang untuk menjadikan usaha kuliner ini sukses pun pasti akan berhasil.

Dan yang hanya perlu dilakukan yaitu mengembangkan dan membungkus konsep dengan baik dan tepat. 5) Variasi Menu Secara berkala, akan lebih baik jika rumah makan memunculkan menu-menu baru yang sesuai dengan konsep rumah makan tersebut. Dan jangan ragu untuk mencoba mengenalkan setiap menu baru kepada pelanggan.

Ajaklah mereka untuk berdiskusi tentang menu-menu baru tersebut yang baru diolah atau diproduksi untuk melakukan evaluasi serta perbaikan, baik dari segi kualitas rasa, bentuk dan penyajiannya. 6) Live Musik Bisa Dicoba Salah satu keunggulan dari rumah makan adalah dengan menyediakan live musik di hari atau jam-jam tertentu. Jika dilihat sekilas live musik memang terlihat sepele, tetapi faktanya pada live musik tersebut ada magnet yang cukup besar untuk bisa menggaet hati para konsumen maupun pelanggan yang tengah asik menyantap makanannya.

Serta jangan ragu untuk melakukan sedikit survey tentang selera musik favorit pelanggan sebelum menerapkan live musik dalam operasional usaha rumah makan ini.

7) Pemasaran Secara Online Pemasaran secara online juga bisa digunakan seperti yang telah dilakukan oleh rumah makan Kedai Bunda Flamboyan ini yaitu dengan membuat instagram untuk rumah makan ini, jadi yang harus dilakukan sekarang adalah mengelola dengan sebaik mungkin pemasaran secara online ini dan harus selalu aktif memantau komentar-komentar dan masukan yang diberikan oleh masyarakat tentang menu-menu makanan yang sudah ada serta menu makan baru yang di upload ke instagram tersebut.

Memiliki usaha di bidang kuliner makanan yang terus berkembang dari waktu ke waktu merupakan tujuan utama dari setiap pelaku bisnis kuliner. Salah satu faktor yang menjadi penyebab lambat atau cepatnya perkembangan bisnis kuliner ini sangat dipengaruhi oleh strategi pemasaran yang digunakan. Untuk mendapatkan hasil pemasaran yang optimal, sebaiknya usaha rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi menyusun strategi yang efektif dengan menggunakan tahapan-tahapan dalam menyusun strategi pemasarannya yaitu sebagai berikut : 1) Melihat peluang pasar yaitu menganalisis kesempatan atau peluang pasar yang bisa dimanfaatkan dalam usaha kegiatan yang dilakukan rumah makan ini untuk mencapai tujuannya.

Peluang pasar tersebut harus dipertimbangkan dengan sebaik mungkin untuk bisa memilih mana yang lebih tepat dengan tujuan yang akan dicapai usaha rumah makan ini. 2) Melakukan riset pasar yaitu melihat seberapa besar potensi pasar, mengukur tingkat kebutuhan pasar, peluang pasar, dan ragam segmen yang tersedia. Dan juga mengetahui tingkat persaingan di pasar tersebut.

3) Mengembangkan strategi marketing yaitu dengan memperhitungkan keunggulan dari rumah makan ini, serta siapkan strategi posisi dan merek/brand produk tersebut. 4) Menetapkan program pemasaran/marketing yaitu apa saja program pemasaran yang rumah makan ini rencanakan, misalnya ketika menciptakan menu-menu baru, apakah memasarkan makanan tersebut dengan melalui bantuan iklan, brosur, atau memanfaatkan internet/media sosial.

Pada tahap ini usaha rumah makan perlu memperhitungkan total biaya atau anggaran pemasaran yang akan dikeluarkan. 5) Evaluasi dan perbaikan yaitu tahap terakhir dalam penyusunan strategi pemasaran dari sini rumah makan Kedai Bunda Flamboyan dapat melihat bagaimana hasil dari program-program pemasaran/marketing tersebut.

Apakah sudah sesuai dengan target yang diinginkan oleh usaha rumah makan ini, dan dari hasil evaluasi tersebut bisa diketahui program pemasaran apa saja yang perlu diperbaiki, mana yang perlu diperkuat, mana yang perlu dikurangi atau mungkin dihapuskan. Dari tahap-tahap strategi pemasaran diatas penulis berpendapat bahwa penerapan strategi pemasaran terpadu yang efektif untuk meningkatkan omzet penjualan pada rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin, juga bisa menerapkan strategi acuan atau bauran pemasaran dalam usahanya dimana keempat komponen atau variabel tersebut dikombinasikan guna mencapai sasaran pasar yang dituju usaha rumah makan ini.

Keempat unsur variabel-variabel strategi acuan atau bauran pemasaran tersebut yaitu strategi produk, strategi harga, strategi penyaluran/distribusi, dan strategi promosi.

Strategi Produk Pada strategi bauran pemasaran, strategi produk menjadi strategi yang paling penting karena strategi ini dapat mempengaruhi strategi pemasaran yang lainnya.

Pemilihan yang tepat pada jenis produk yang kita hasilkan kemudian kita pasarkan dapat menentukan kegiatan promosi yang diperlukan, serta penentuan harga dan bagaimana cara menyalurkannya. Dan bagi usaha rumah makan tersebut mereka harus tahu bagian-bagian mana saja yang akan dipromosikan untuk memaksimalkan produk yang akan mereka pasarkan, yaitu seperti keragaman produk atau variasi dari menunya, kualitas rasa dari makanannya, penyajiannya, ciri khas rasanya, merek, kemasan, ukuran, serta garansi.

Karena produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memperoleh perhatian, dibeli, dan dipergunakan atau dikonsumsi guna memuaskan keinginan serta kebutuhan dari konsumen maupun pelanggan. Strategi Harga Dalam bauran pemasaran, harga merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi pemasaran suatu produk.

Biarpun dalam penetapan harga adalah hal yang penting, tetapi masih banyak usaha atau perusahaan yang kurang baik dalam hal menangani permasalahan penetapan harga. Jadi penetapan harga yang tepat dapat menghasilkan keuntungan yang baik dan dapat dicapai oleh usaha atau perusahaan tersebut. Strategi Penyaluran/Distribusi Di dalam suatu usaha atau perusahaan untuk mencapai tujuan serta sasaran pada pemasarannya harus melakukan kegiatan penyaluran.

Penyaluran adalah suatu kegiatan penyampaian produk hingga sampai ketangan konsumen atau pelanggan pada waktu dan tempat yang tepat. Sehingga kebijakan dalam penyaluran menjadi salah satu kebijakan pemasaran terpadu yang meliputi penentuan dari saluran pemasaran serta distribusi fisik. Strategi Promosi Suatu produk bagaimanapun yang mempunyai manfaat dan kualitas yang bagus pasti tidak akan dikenal serta diketahui oleh konsumen atau pelanggan secara luas dan mungkin tidak akan dibeli oleh konsumen apabila tidak melakukan kegiatan promosi yang menjadi salah satu strategi acuan atau bauran pemasaran.

Oleh karena itu suatu usaha atau perusahaan harus bisa berusaha mempengaruhi para konsumen atau pelanggan agar dapat menciptakan permintaan atas produk tersebut, setelah itu dipelihara serta dikembangkan. Dari berbagai penjelasan diatas, rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin didalam usahanya sebagian besar juga sudah menerapkan strategi bauran pemasaran tetapi didalam kegiatan pelaksanaannya masih belum maksimal.

Strategi bauran pemasaran atau marketing mix sangat berpengaruh terhadap peningkatan omzet penjualan pada usaha rumah makan ini. Karena bauran pemasaran/marketing mix terdiri dari kombinasi variabel-variabel yang bisa dikendalikan serta digunakan oleh usaha rumah makan ini untuk mempengaruhi tanggapan konsumen maupun pelanggan agar dapat mencapai sasaran pasarnya serta dapat meningkatkan omzet pendapatan penjualannya.

PENUTUP Kesimpulan Berdasarkan dari uraian diatas, maka dapat ditarik suatu kesimpulan yaitu sebagai berikut : 1) Rumah Makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin adalah usaha rumah makan yang bergerak dibidang kuliner yang berada di Kota Banjarmasin didirikan pada tahun 2005, yang sudah berdiri kurang lebih 14 tahun lamanya dan usaha rumah makan ini juga memiliki surat izin terhadap usahanya, yaitu Surat Tanda Bukti Daftar Usaha berdasarkan surat dari Pemerintah Kota Banjarmasin Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, Nomor : 503-269/IUPW-VII/DPMPTSP/2018, rekomendasi dari Dinas Pariwisata, Seni, dan Kebudayaan Kota Banjarmasin Nomor : 556/74/PENG-PAR/DISBUDPAR/RM/VII/2018, tanggal 10 Juli 2018.

Sampai sekarang usaha ini terus saja berkembang dan pada tiga tahun terakhir ini yaitu pada tahun 2015 sampai tahun 2017, rumah makan Kedai Bunda Flamboyan mengalami penurunan terhadap omzet pendapatan penjualannya dan penurunan tersebut terjadi pada tahun 2017. Penurunan tersebut terjadi karena kurang maksimalnya didalam menerapkan strategi pemasaran seperti produk, harga, distribusi dan promosi yang dilakukan oleh rumah makan ini.

2) Faktor yang dapat meningkatkan omzet penjualan yaitu terletak pada bagaimana bauran pemasaran yang dilakukan/diterapkan pada usaha tersebut serta hasil produksi dengan kualitas terbaik yang diberikan kepada konsumen atau pelanggan dengan begitu mereka akan loyal terhadap usaha rumah makan ini dan tidak akan berpindah kepada pesaing lain.

3) Rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin didalam usahanya sebagian besar juga sudah menerapkan strategi bauran pemasaran tetapi didalam kegiatan pelaksanaannya masih belum maksimal. Strategi bauran pemasaran atau marketing mix sangat berpengaruh terhadap peningkatan omzet penjualan pada usaha rumah makan ini.

Karena bauran pemasaran/marketing mix terdiri dari kombinasi variabel-variabel yang bisa dikendalikan serta digunakan oleh usaha rumah makan ini untuk mempengaruhi

tanggapan konsumen maupun pelanggan agar dapat mencapai sasaran pasarnya serta dapat meningkatkan omzet pendapatan penjualannya. 4) Dengan penerapan bauran pemasaran yang efektif dapat meningkatkan hasil penjualan yang diinginkan oleh suatu usaha tersebut, yaitu dengan melalui tahap-tahap perencanaan pemasaran yang tepat.

Saran-Saran 1) Didalam usaha meningkatkan omzet penjualannya rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi Banjarmasin seharusnya memperluas daerah pemasaran dengan meningkatkan kegiatan didalam usaha memasarkan maupun mempromosikan usaha rumah makannya agar masyarakat luar daerah pun juga mengenal serta mengetahui usaha rumah makan ini.

2) Rumah makan ini perlu menentukan sasaran pasar yang tepat, kemudian melakukan segmentasi pasar, memilih target pasar, mengidentifikasi posisi para pesaing, setelah itu menetapkan posisi usaha sendiri dipasar, pada saat itu barulah usaha tersebut bisa memulai menyusun bauran pemasarannya secara rinci, agar dapat tercapainya tujuan yang diinginkan oleh usaha rumah makan tersebut.

3) Usaha rumah makan ini juga harus bisa memilih bauran pemasaran apa saja yang tepat digunakan didalam memasarkan usahanya, sehingga bauran pemasaran yang diterapkan tersebut dapat meningkatkan omzet penjualan pada rumah makan Kedai Bunda Flamboyan Kayu Tangi. 4) Jika terdapat keluhan-keluhan/complain baik itu dari karyawan, konsumen maupun pelanggan sebaiknya pimpinan/pemilik usaha rumah makan Kedai Bunda Flamboyan ini harus memperhatikannya dengan baik karena hal tersebut dapat mempengaruhi kelancaran arus produksi serta pemasaran yang sedang berjalan, dengan adanya tindakan tersebut diharapkan dapat meningkatkan omzet pendapatan penjualan rumah makan ini. REFERENSI Alma Buchari, 2004., Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Bandung, Alfabeta.

....., 2005., Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Bandung, Alfabeta. Basu Swastha, dan Irawan, 2005., Manajemen Pemasaran Modern, Yogyakarta : Liberty Christian A.D Selang, 2013., Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall Manado, Manado, Universitas Sam Ratulangi Manado Engel, J; Blackwell R, 2004., Customer Behavior, Dryden Press Chicago Andi, Yogyakarta. Fandi Tjiptono, 2008., Strategi Pemasaran, Edisi ke 3, Yogyakarta : Andi Joseph P.

Cannon, William D. Perreault, Jr., E. Jerome McCarthy. 2008., Pemasaran Dasar – Pendekatan Manajemen Global, Edisi ke 16, Buku 1, Jakarta : Salemba Empat Marius P. Angipora, 2002., Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi ke 2, Penerbit PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta. M. Manullang, 2012., Dasar-Dasar Manajemen, Gadjah Mada University Press.

Yogyakarta.

Murti Sumarni, dan John Soeprihanto, 2010., Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan), Edisi ke 5, Yogyakarta : Liberty Yogyakarta. Sofyan Assauri, 2004.,
Manajemen Produksi dan Operasi, Penerbit Fakultas Ekonomi UI. Jakarta. Philip Kotler, 2000., Manajemen Pemasaran, Jakarta : Bumi Aksara Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller, 2007.,

Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Edisi Pertama, Penerbit Prentice Hall, Selemba Empat, Jakarta.

INTERNET SOURCES:

<1% - <http://www.findglocal.com/ID/Banjarmasin/680890582061892/Gudeg-Bu-Lely>
<1% - <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Agregat/article/download/330/246>
<1% - <https://muhammadhrishar.blogspot.com/2016/03/profil-kota-banjarmasin.html>
<1% - https://kabar-terhangat.blogspot.com/2019/02/liputan6-rss2-feed_28.html
<1% -
<https://heru-adipraja.blogspot.com/2013/07/lapangan-kerja-pengangguran-dan.html>
<1% -
<https://agunkzscreamo.blogspot.com/2017/04/angka-data-pengangguran-2017.html>
<1% -
<https://www.bi.go.id/id/publikasi/kajian-ekonomi-regional/yogya/Pages/Kajian-Ekonomi-dan-Kuangan-Regional-BI-DIY-Mei-2018.aspx>
<1% -
https://www.academia.edu/9544073/TUGAS_PENGANTAR_EKONOMI_PEMBANGUNAN_tentang_Pengaruh_Wajib_Belajar_12_Tahun_terhadap_Penurunan_Pengangguran_di_Jakarta
<1% -
<https://andiandiyama.blogspot.com/2015/06/artikel-pengangguran-terdidik-di.html>
<1% - https://issuu.com/deny_bpost/docs/bp20111119
<1% -
<https://teguhdwilaksana.blogspot.com/2016/05/manajemen-produksi-desain-proses-produk.html>
<1% -
<https://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/59680/BAB%20I%20Pendahuluan.pdf>
<1% -
<https://belajarsikologi.com/pendekatan-jenis-dan-metode-penelitian-pendidikan/>
<1% - <https://infoalamat.com/kantor-pos-kayutangi-banjarmasin/>

<1% -

<http://ahmadromdhoni.blog.widyatama.ac.id/2019/03/30/pemanfaatan-data-dalam-akuntansi/>

<1% - <https://www.maxmanroe.com/vid/teknologi/pengertian-data.html>

<1% -

<https://harumikartini.weebly.com/iman/kelebihan-dan-kekurangan-berbagai-macam-teknik-pengumpulan-data>

<1% - <http://eprints.stainkudus.ac.id/2041/6/FILE%206%20BAB%20III.pdf>

<1% - <https://sarungpreneur.com/cara-membuat-makalah/>

<1% - <http://repository.unpas.ac.id/5667/7/BAB%20III.pdf>

<1% - <https://id.wikihow.com/agar-Didengarkan>

<1% - <https://skripsipdf.blogspot.com/2008/>

<1% - http://eprints.undip.ac.id/40650/3/BAB_III.pdf

<1% - <http://eprints.stainkudus.ac.id/248/5/FILE%206%20bab%203.pdf>

<1% - <https://iraperkantoran.wordpress.com/>

<1% - <https://portal-ilmu.com/pengertian-tujuan-bentuk-bentuk-dan-langkah-diskusi/>

<1% - <http://repository.unpas.ac.id/37807/6/BAB%20III.pdf>

<1% - <https://docplayer.info/142823178-Peran-pembiayaan-mudharabah.html>

<1% -

<https://apahabar.com/2019/06/cuaca-tak-menentu-bmkg-imbau-masyarakat-siaga/>

<1% - <http://eprints.umm.ac.id/view/year/2012.html>

<1% - <http://jglitrop.ui.ac.id/index.php/jglitrop/article/download/35/25>

<1% - <https://lidonarta.blogspot.com/2012/>

<1% - https://info-aktual.blogspot.com/2016/07/liputan6-rss-092_17.html

<1% -

<https://krishnaanugrah.blogspot.com/2011/05/evaluasi-harga-jual-produk-burger.html#!>

!

<1% -

<https://ristydwi-risty.blogspot.com/2012/01/pendidikan-dan-kesadaran-hukum.html>

<1% - <https://yanworld2.blogspot.com/2012/10/>

<1% - <https://relagusmita.blogspot.com/2008/05/>

<1% -

<https://ahmadmuhsinupn.blogspot.com/2015/08/materi-ii-pengenalan-sistem-informasi.html>

<1% -

<https://cauchymurtopo.wordpress.com/2014/10/17/10-alasan-banyak-orang-makan-saat-tidak-sedang-lapar/comment-page-1/>

<1% - <https://www.gotravelly.com/blog/tempat-makan-keluarga-di-banjarmasin/>

<1% - <https://tempatasik.com/bisnis/ccontoh-proposal-usaha/>

<1% - <https://rifkaamilia.blogspot.com/2014/03/makalaah-aliran-aliran-pendidikan.html>

1% - <https://carajadikaya.com/strategi-pemasaran-rumah-makan/>
<1% - <https://boskecilku.blogspot.com/2013/04/>
<1% - <https://www.niagahoster.co.id/blog/template-wordpress-gratis/>
1% -
<https://www.jurnal.id/id/blog/2018-4-tahapan-menyusun-strategi-pemasaran-efektif-bagi-bisnis-kuliner/>
<1% -
https://www.academia.edu/12456542/MAKALAH_STRATEGI_PEMASARAN_POSISI_PERSAINGAN
<1% -
<http://www.pesantrenbisnis.com/2009/06/tips-bisnis-4-tahapan-proses-marketing.html>
<1% -
<http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/1007/BAB12NASRUN.doc?sequence=1>
<1% - <http://repository.unpas.ac.id/5723/5/BAB%20II.pdf>
<1% -
<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/50663/Chapter%20II.pdf;sequence=4>
<1% - <https://tutisp.blogspot.com/2013/>
<1% -
<https://contoudoutilsaoluisj.blogspot.com/2018/04/belajar-forex-untuk-pemula-seri-4.html>
<1% -
<https://kumpulanmakalahilmiah.blogspot.com/2011/11/pengaruh-bauran-pemasaran-7p-terhadap.html>
<1% - <http://www.bogasari.com/business-inspiration/strategi-pemasaran-4P>
<1% -
<https://lidya-charming.blogspot.com/2009/11/strategi-pemasaran-yang-handal-dalam.html>
<1% -
<https://text-id.123dok.com/document/oy8g2j4z-analisis-kebijakan-saluran-distribusi-terhadap-peningkatan-volume-penjualan-pada-pt-socfin-indonesia-medan.html>
<1% - <http://eprints.stainkudus.ac.id/692/5/5.%20BAB%20II.pdf>
<1% - <https://makalahwindy.blogspot.com/2014/04/analisis-pemasaran-produk.html>
<1% - <http://eprints.umpo.ac.id/1149/>
<1% -
https://mafiadoc.com/pengaruh-kualitas-produk-dan-harga-terhadap-loyalitas-pelanggan_59df8d7c1723ddc52c6e9f1c.html
<1% -
<https://negerilaskarpelangi.com/2019/03/01/penegakan-perda-ktr-di-bateng-belum-ma>

ksimal/

<1% -

https://www.academia.edu/29134263/SKRIPSI_ANALISIS_STRATEGI_PEMASARAN_PERHOTELAN_DI_MAKASSAR_STUDI_KASUS_DI_GRAND_CLARION_HOTEL_and_CONVENTION

<1% - <https://kuumuukii.blogspot.com/2016/11/makalah-manajemen-perusahaan.html>

<1% - <http://repository.unissula.ac.id/1616/4/Daftar%20Pustaka.pdf>

<1% -

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/65570/Reference.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

<1% -

<http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2DOC/2014-1-00273-MN%20Bab2001.d>

oc

<1% - <http://journal.unhas.ac.id/index.php/jbmi/article/view/4130>

<1% -

<https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/7196/Daftar%20Pustaka.pdf?sequence=15>


<1% - https://mafiadoc.com/tata-niaga-pemasaran_598632441723ddd169540a7e.html

SURAT KETERANGAN
PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH DAN SKRIPSI


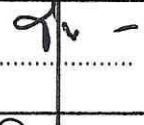
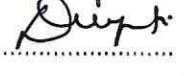
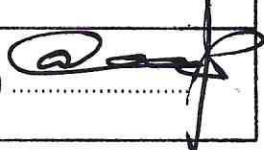
Pada hari ini, tanggal bulan tahun, telah dilakukan verifikasi dan validasi artikel ilmiah dan skripsi Mahasiswa atas nama :

N a m a : Gusti Ghina Nisrina
N P M : 15.31.0019
F a k u l t a s : EKONOMI
Jurusan / Program Studi : Manajemen
Tahun Masuk/Semester : 2015
Tahun Lulus/ Semester : 2019
Indek Kumulatif (IPK) : 3,76
Hasil Plagiasi : 10 %
Latter Of Acceptance (LOA) : Ada / Tidak Ada (*Coret tidak perlu*)

Dinyatakan memenuhi syarat dan ketentuan untuk melakukan pendaftaran yudisium pada semester Ganjil/Genap Tahun akademik /

Banjarmasin,
 Mahasiswa,

Gusti Ghina Nisrina

Mengetahui / Menyetujui:

| | | |
|---|----------------------------------|--|
| 1) Pembimbing I | : Syahrani, SE, MM | 1)  |
| 2) Pembimbing II | : Dr. H. Mohammad Zainul, SE, MM | 2)  |
| 3) Ketua Program Studi | : Dr. Dwi Wahyu Artiningsih, MM | 3)  |
| 4) UPT Publikasi dan Pengelolaan Jurnal | : Antoni Pardada Ssi, M.Si, PhD | 4)  |