

Strategi Promosi dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Rumah Makan Amory di Kabupaten Maros

Sukmawati¹, Hermawaty Remba Kasim²

^{1,2}Prodi Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Islam Makassar, Makassar, Indonesia

* Corresponding Author

Email : sukmatyapikasau@gmail.com

Keywords:

Sales Turnover;
Promotion Strategy;
Bussinees

ABSTRACT

"Promotional Strategy for Increasing Sales Turnover of Amory Restaurants in Maros Regency". The first research objective is to determine promotional strategies in increasing the sales turnover of Amory restaurants. The second is to find out the supporting and inhibiting factors that can increase the sales turnover of Amory restaurants in Maros Regency. The type of research used is a qualitative method, with data collection techniques using observation, interviews and documentation and using data analysis such as data reduction, data presentation and drawing conclusions. The results of the research explain that the promotional strategy used by Amory Restaurant includes several points, namely product, price, promotion and distribution. Amory Restaurant uses social media such as Instagram and TikTok to market its products. Where the use of social media in the current era has quite a lot of power. Apart from that, Amory Restaurant also collaborates with online food ordering platforms in promoting Amory Restaurant. The supporting factors are, food and service quality, hygiene and safety, price. Meanwhile, the inhibiting factors are competition and human resources.

Kata Kunci:

Omzet Penjualan;
Strategi Promosi;
Bisnis

ABSTRAK

"Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Rumah Makan Amory Di Kabupaten Maros". Tujuan penelitian yang pertama untuk mengetahui strategi promosi dalam meningkatkan omzet penjualan rumah makan amory. Yang kedua untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat yang dapat meningkatkan omzet penjualan rumah makan amory di Kabupaten Maros. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, dengan teknik pengumpulan data secara observasi, wawancara dan dokumentasi dan menggunakan analisis data seperti reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menjelaskan strategi promosi yang digunakan rumah makan amory meliputi beberapa poin yaitu produk, harga, promosi dan distribusi. Pihak rumah makan amory memanfaatkan media sosial seperti instagram dan tiktok dalam memasarkan produk. Dimana penggunaan media sosial di era sekarang memiliki power yang cukup besar. Selain itu rumah makan amory juga bekerja sama dengan platform pemesanan makanan online dalam mempromosikan rumah makan amory. Adapun faktor pendukung yaitu, kualitas makanan dan pelayanan, higenis dan keamanan, harga. Sedangkan faktor penghambat ialah persaingan dan sumber daya manusia.

A. PENDAHULUAN

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat memberitahukan atau menginformasikan kebaikan dan kelebihan dari produknya serta membujuk pasar untuk membeli produk tersebut. Dalam mencapai tujuannya promosi sangat penting bagi perusahaan. Menurut Firmansyah, M. (2019) Promosi yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan memperkenalkan produk pasar sasaran. Promosi adalah cara yang dilakukan oleh perusahaan yang mana mengacu pada teknik-teknik mengkomunikasikan informasi mengenai suatu produk. Strategi Promosi Putra, R., & Marhen, M. (2021) disusun berdasarkan pencapaian kesadaran atas keberadaan sebuah produk atau jasa (awarenes). Menumbuhkan sebuah keinginan untuk memiliki atau mendapatkan produk (interest), sampai mempertahankan loyalitas pelanggan (loyalty). Salah satu awal dalam rangka mengenalkan produk kepada konsumen ini sangat penting karena berhubungan dengan keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh perusahaan yaitu strategi promosi. Strategi promosi dapat berguna dan berjalan dengan perencanaan yang terstruktur dengan baik jika didukung dengan cara optimal. Optimalisasi sesuatu yang dicapai sesuai dengan keinginan atau harapan, secara efektif dan efisien.

Rumah makan yang bergerak di bidang penyediaan makanan atau rumah makan saat ini memiliki persaingan yang sangat ketat dengan perusahaan lainnya dalam meningkatkan omzet penjualan perusahaan tersebut. Omzet penjualan merupakan jumlah hasil dari pendapatan keseluruhan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang atau produk dalam kurun waktu tertentu. Setiap perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan makanan terus menggencarkan strategi promosi agar perusahaan terus bisa mengembangkan usahanya dan meningkatkan serta mencapai target omzet penjualan yang diharapkan. Tjiptono berpendapat bahwa omzet merupakan hasil dari penjualan yang telah dilakukan oleh perusahaan, kemudian memperoleh sejumlah uang sehingga perusahaan akan memperoleh laba dari setiap penjualan barangnya Fitriani, E. (2021)

Strategi khusus dalam pencapaiannya Amir, M. S. (2021). Tjiptono berpendapat bahwa omzet merupakan hasil dari penjualan yang telah dilakukan oleh perusahaan, kemudian memperoleh sejumlah uang sehingga perusahaan akan memperoleh laba dari setiap penjualan barangnya. Hal itu dapat membuat persaingan semakin tajam bagi dunia bisnis dan usaha yang dapat mempersempit pasar bagi perusahaan. Seorang yang menjalankan atau mengelola usaha harus selalu dituntut untuk meningkatkan omzet penjualan perhari, perminggu dan pertahun berapa jumlah penjualan yang didapatkan dalam waktu tersebut. PT. AMORY MULTI QUALITY adalah salah satu perusahaan distributor yang menawarkan berbagai macam jenis kuliner. Rumah makan Amory merupakan salah satu rumah makan yang memiliki konsep ruangan terbuka dan luas setra mengambi

tema memanfaatkan ranting kayu sebagai interiornya agar terlihat lebih bagus dan nyaman. Rumah makan Amory menggunakan media sosial dengan baik untuk mempromosikan berbagai jenis masakan yang ada di dalam daftar menu, baik itu makanan dalam negeri maupun makanan luar negeri. Setiap minggunya Rumah Makan Amory di kunjungi oleh warga negara asing yang berasal dari berbeda-beda negara setiap minggunya.

Dalam mempromosikan rumah makannya Sales Asistant marketing juga membagikan brosur-brosur untuk meyakinkan dan menarik minat para calon konsumen sambil menjelaskan kelebihan dan harga produk tersebut. Tidak hanya brosur, Sales Asistant Marketing juga mencoba mendekati para calon konsumennya melalui Jejaring Sosial atau media sosial via Whatshapp, Facebook, Instagram dan media sosial lainnya. Tak lupa juga Rumah Makan Amory sering kali mengadakan dan mengikuti pameran diberbagai tempat atau Mall.

Tingkat persaingan antar industri usaha semakin meningkat dalam dunia usaha khususnya di kalangan pelaku usaha Indonesia. Akibat persaingan tersebut, suatu perusahaan harus mampu mengatasi berbagai kesulitan yang timbul dalam mengelola usaha pemasarannya, dan memastikan bahwa perusahaan yang bersangkutan mempunyai kemampuan untuk mempunyai manajemen yang efektif dan efisien agar klien dapat melakukan hal yang sama Lutfi, M. M., hermawaty RK, Rawana (2022). Kunci utama dalam memenangkan persaingan yaitu dengan menawarkan produk yang berkualitas dan harga terjangkau yang dapat memberikan nilai kepuasan pada pelanggan. Konsumen dihadapkan berbagai macam pilihan menu makanan dan harga yang ingin mereka beli, maka dari itu kita selaku penjual atau penyedia produk harus memahami dan memberikan pelanggan yang terbaik agar mendapat nilai puas dari para konsumen. Jika tidak pelanggan akan beralih kepada pesaing yang lebih menyuguhkan kelebihan produknya kepada konsumen. Dengan itu dalam meningkatkan omzet penjualan perusahaan juga dapat menawari pelanggan antara lain pemberian hadiah, diskon dan potongan harga yang akan membuat strategi promosi menjadi lebih baik dari waktu ke waktu. Penjelasan latar belakang masalah tersebut di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi promosi dalam meningkatkan omzet penjualan Rumah Makan Amory di Kabupaten Maros?
2. Faktor – faktor apa saja pendukung dan penghambat peningkatan omzet penjualan Rumah Makan Amory di Kabupaten Maros?

B. METODE

Dalam Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu Penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti Perilaku, Persepsi, Motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan metode deskripsi dalam wujud kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan menggunakan berbagai metode alamiahRahim, A.R (2020) . Disini Peneliti akan meneliti langsung di lokasi penelitiannya. Dengan hasil yang diperoleh sesuai dengan Judul Penelitian, Peneliti akan memberikan gambaran mengenai Strategi Promosi dalam Meningkatkan Omzet Penjualan di Rumah Makan Amory. Jumlah informan sebanyak tiga belas orang yaitu Manager Rumah Makan

Amory (1 orang), Staf Rumah Makan Amory (3 orang) dan Coustomer Rumah Makan Amory (10 orang).

Teknik Pengumpulan data dalam Penelitian Kualitatif dilakukan pada situasi dan kondisi alami, Sumber Data Primer, Data teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi terus terang atau tersamar, wawancara mendalam dan dokumentasi;

1. Observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pengmatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran (Ayu 2017:44)
2. Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan cara bertanya secara langsung kepada informan. Melalui wawancara, peneliti akan mendapatkan informasi yang lebih mendalam dan peneliti mampu terus menggali informasi dari informan tersebut sampai si peneliti merasa data yang diperlukan cukup.
3. Dokumentasi merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan pemikiran.

Teknik analisis data meliputi, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi data, ketentuan dalam penelitian kualitatif;

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan langkah awal dalam menganalisis data yaitu suatu proses pemilihan, mengatur serta menyederhanakan data melalui pemilihan yang ketat dan tepat, melalui uraian yang ringkas, dan menggolongkannya ke dalam satu pola yang lebih luas dan sebagainya.

2. Penyajian data

Yaitu menyajikan data-data secara sistematis dan jelas, yang berkaitan dengan judul serta rumusan masalah. Dengan adanya penyajian data akan diperoleh pemahaman tentang apa yang dilakukan lebih lanjut sehingga menghasilkan kesimpulan pada akhirnya.

3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi data

Langkah terakhir dalam menganalisis data atau informasi yaitu pengambilan kesimpulan yang merupakan intisari dari hasil penelitian untuk membagikan gambaran secara pasti dan jelas masalah yang telah diteliti. Adapun verifikasi data adalah sebuah upaya untuk mempelajari kembali data-fata yang telah dikumpulkan dan kemudian meminta pertimbangan berbagai pihak yang relevan dalam penelitian ini.

4. Ketentuan dalam penelitian kualitatif

Ada tiga ketentuan dalam penelitian kualitatif;

- a. Persiapan/pralapangan
- b. Pekerjaan lapangan
- c. Analisis data

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Rumah Makan Amory Di Kabupaten Maros

a. Produk

Produk adalah mengelola unsur produk termasuk perencanaan dan pengembangan produk atau jasa yang tepat untuk dipasarkan dengan mengubah produk atau jasa yang ada dengan menambah dan mengambil tindakan yang lain yang mempengaruhi bermacam-macam produk atau jasa. wawancara dengan owner rumah makan amory bapak ambas;

“Kami merencanakan dan melaksanakan strategi promosi untuk memperkenalkan menu baru, kami memulainya dengan penelitian mendalam\ tentang preferensi pelanggan dan tren pasar terkini. Setelah itu, kami mengembangkan pesan promosi yang menarik dan menggugah selera, yang kami komunikasikan melalui berbagai saluran seperti media sosial dan platform pemesanan makanan online”.

Sebelum memasarkan menu baru owner maupun karyawan rumah makan amory melakukan penelitian mendalam terkait preferensi pelanggan dan menu yang sedang tren di kalangan masyarakat. Dan juga melakukan pendekatan khusus kepada pelanggan untuk mempromosikan bahkan merekomendasikan produk atau menu baru yang ada di rumah makan amory.

b. Harga

Harga adalah suatu sistem manajemen perusahaan yang akan menentukan harga dasar yang tepat bagi produk atau jasa dan harus menentukan strategi yang menyangkut potongan harga, pembayaran ongkos angkut dan berbagai variabel yang bersangkutan. wawancara dengan narasumber Faisal merupakan karyawan di rumah makan amory:

“Kami merencanakan strategi promosi harga dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti biaya operasional, margin keuntungan yang diinginkan, dan harga yang bersaing di pasar”.

Dalam menetapkan harga rumah makan amory mengakomodasi berbagai kebutuhan anggaran pelanggan. Dengan menekankan pada harga yang terjangkau akan tetapi rasa bintang lima, rumah makan amory menunjukkan kesadaran terhadap preferensi pelanggan dengan menginginkan nilai yang baik.

c. Promosi

Promosi adalah salah satu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi. wawancara dengan narasumber Ahmad yang juga karyawan di rumah makan amory:

“Dalam pemasaran produk kami mempromosikan rumah makan ini secara langsung kepada pelanggan, melalui media instgram atau tiktok dan juga platform pemesanan makanan online. Di media sosial kita membuat konten

yang dapat menarik perhatian konsumen karena kan di era sekarang ini sudah serba digital dan pengaruh promosi di media sosial juga cukup besar”. Dalam hal ini rumah makan amory aktif menggunakan promosi dan penawaran khusus dengan memanfaatkan media sosial dan juga menjalin kerja sama dengan platform pemesanan makanan online. Selain itu juga aktif mempromosikan produk dengan melakukan pendekatan kepada pelanggan.

d. Distribusi

Distribusi yakni memilih dan mengelola saluran perdagangan yang dipakai untuk menyalurkan produk atau jasa dan juga untuk melayani pasar sasaran, serta mengembangkan sistem distribusi untuk pengiriman dan perniagaan produk secara fisik. wawancara dengan narasumber Rian yang juga karyawan di rumah makan amory;

“Kami mengembangkan strategi promosi distribusi dengan fokus pada memahami perilaku konsumen dan tren pasar di setiap lokasi. Dan kami menyesuaikan penawaran produk dan menyusun promosi yang relevan dan menarik bagi pelanggan setempat”.

Strategi distribusi yang diterapkan oleh rumah makan ini menunjukkan pendekatan yang sangat terarah dan responsif terhadap kondisi pasar dan kebutuhan pelanggan. Dan juga pendekatan yang cermat dan terencana dalam memilih lokasi, memanfaatkan media sosial, serta beradaptasi dengan perilaku konsumen dan tren pasar di setiap daerah.

2. Faktor pendukung dalam Meningkatkan Omzet Rumah Makan Amory di Kabupaten Maros

a. Kualitas makanan dan pelayanan

Kualitas makanan dan pelayanan merujuk pada standar yang ditetapkan untuk mengavaluasi seberapa baik sebuah restoran atau layanan makanan dalam memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan dalam hal kualitas makanan yang disajikan dan pelayanan yang diberikan. Wawancara dengan ibu Nayla salah satu customer di rumah makan amory;

“Kualitas produk di rumah makan ini cukup bagus. Saya suka cara mereka menyajikan hidangan makanan di tambah juga dengan pelayanan yang cukup ramah. Rasa dan presentasi makanan selalu memuaskan saya setiap kali berkunjung”.

Terkait hal ini rumah makan amory selalu mempertahankan kualitas produk yang baik, sehingga menciptakan pengalaman makan yang memuaskan bagi pelanggan dan mendapatkan pengakuan atas kualitas pelayanan mereka yang baik.

b. Higenis dan keamanan

Menjaga standar kebersihan dan keamanan yang tinggi dalam operasi rumah makan dapat membangun kepercayaan pelanggan dan meningkatkan loyalitas. wawancara dengan Bapak Ruslan salah satu customer di rumah makan amory;

"Makanan di sini selalu segar dan lezat, dan layanan yang diberikan oleh staf sangat ramah dan profesional. Saya selalu kembali karena kualitas produk dan pengalaman yang konsisten."

Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Rumah Makan Amory Di Kabupaten Maros

Dalam hal ini rumah makan Amory konsisten dalam menjaga kualitas makanan agar tetap higienis, pelayanan yang baik, dan komitmen untuk menggunakan bahan-bahan lokal yang segar dan berkualitas tinggi. Hal ini membuat rumah makan ini menjadi pilihan yang menarik bagi pelanggan yang mencari pengalaman makan yang memuaskan secara kuliner sambil mendukung ekonomi lokal.

c. Harga

Definisi harga makanan di rumah makan adalah jumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh makanan atau hidangan yang disajikan di rumah makan tersebut. Harga makanan mencakup biaya produksi makanan, biaya operasional rumah makan, markup untuk keuntungan, serta faktor-faktor lain seperti lokasi, reputasi, dan kualitas makanan yang disajikan.

wawancara dengan ibu Mira salah satu customer di rumah makan amory

"Saya sangat terkesan dengan variasi hidangan yang ditawarkan di sini. Semua makanan yang saya coba memiliki rasa yang otentik dan disajikan dengan indah. Layanan dari staf juga sangat baik dan membantu."

Harga makanan di rumah makan ini dianggap terjangkau, murah, bersahabat, dan sebanding dengan nilai serta kualitas yang diberikan. Diskon atau promosi yang sering diberikan juga menjadi nilai tambah bagi pelanggan. Oleh karena itu, rumah makan ini berhasil menciptakan pengalaman makan yang menyenangkan bagi pelanggan dari berbagai lapisan masyarakat

3. Faktor penghambat dalam Meningkatkan Omzet Rumah Makan Amory di Kabupaten Maros

a. Pesaing

Persaingan adalah suatu persaingan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang tertentu, agar memperoleh kemenangan atau hasil secara kompetitif. Persaingan juga merupakan kenyataan hidup dalam dunia bisnis, sifat, bentuk, dan intensitas persaingan yang terjadi dan cara yang ditempuh oleh para pengambil keputusan strategik untuk menghadapi para tingkat yang dominan mempengaruhi tingkat keuntungan suatu perusahaan. Wawancara dengan owner bapak ambas terkait persaingan rumah makan disekitar area lokasi rumah makan amory;

"Saya melihat persaingan di industri di rumah makan saat ini sangatlah intens. Meskipun persaingan tinggi, kami yakin bahwa kami memiliki keunggulan kompetitif. Kami fokus pada menyajikan hidangan yang berkualitas tinggi dengan menggunakan bahan segar dan bermutu. Selain itu kami juga memberikan perhatian khusus terhadap pelayanan kepada pelanggan."

Meskipun persaingan cukup ketat dalam industri makanan tetapi rumah makan amory tetap percaya bahwa dengan menjaga kualitas, inovasi dan komitmen terhadap kepuasan pelanggan, mereka akan tetap unggul dalam bersaing di industri tersebut.

b. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor yang penting dalam menjalankan sebuah organisasi, institusi maupun perusahaan. SDM ini berupa manusia yang dipekerjakan pada sebuah organisasi atau perusahaan sebagai penggerak dalam mencapai tujuan organisasi tersebut. Bapak Amba terkait kekurangan SDM agar tidak mempengaruhi kualitas rumah makan amory;

"Kami memastikan kekurangan tenaga kerja tidak memengaruhi kualitas layanan dan makanan dengan perencanaan tenaga kerja yang cermat, komunikasi yang efektif, dan rencana darurat yang jelas."

Rumah makan amory memiliki strategi yang terorganisir untuk mengatasi kekurangan tenaga kerja dan memastikan bahwa kualitas layanan dan makanan tidak terpengaruh. Mereka merencanakan tenaga kerja yang cermat dan fleksibel, serta memiliki rencana darurat yang jelas untuk menghadapi situasi yang tidak terduga. Komunikasi yang efektif antara manajemen dan staf juga menjadi kunci dalam menangani kekurangan tenaga kerja. Dengan demikian mereka dapat memastikan bahwa kebutuhan operasional tercukupi dan pelanggan tetap mendapatkan layanan dan makanan berkualitas tanpa terganggu oleh kekurangan tenaga kerja

D. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul "Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Rumah Makan Amory Di Kabupaten Maros". Maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah;

1. strategi promosi yang digunakan oleh rumah makan amory meliputi beberapa poin yaitu produk, harga, promosi dan distribusi. Pihak rumah makan amory memanfaatkan media sosial seperti instagram dan tiktok dalam memasarkan produk. Hal ini dikarenakan pengguna media sosial di era sekarang memiliki power yang cukup besar dan juga dapat menjangkau ataupun menarik konsumen dari kalangan mana saja. Selain itu rumah makan amory juga bekerja sama dengan platform pemesanan makanan online dalam mempromosikan rumah makan amory.
2. Adapun faktor pendukung yaitu, kualitas makanan dan pelayanan, higienis dan keamanan, harga. Sedangkan faktor penghambat ialah persaingan dan sumber daya manusia.

REFERENSI

- Putra, R., & Marhen, M. (2022). STRATEGI PROMOSI PASAR VAN DER CAPELLEN. KINEMA: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran, 1(1), 25. <https://doi.org/10.31958/kinema.v1i1.5692>
- Amir, M. S. (2021). Pengaruh kemitraan terhadap omzet penjualan keripik rangda (Rangginang ada rasa) di Pulosari tahun 2017-2021.
- Firmansyah, M. (2019). PEMASARAN (dasar dan konsep).

Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Rumah Makan Amory Di Kabupaten Maros

Fitriani, E. (2021). Strategi Pengembangan Home Industry Amelia Desa Tanjungsari Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung Dalam Meningkatkan Omzet Perusahaan.

Rahim, A. R. (2020). Cara praktis penulisan karya ilmiah. Zahir publishing.

Yulianti, 2019. Analisis strategi promosi melalui pemanfaatan media sosial instagram dalam meningkatkan penjualan produk online shop ditinjau dari perspektif ekonomi islam. (Skripsi. Lampung: UIN Raden Intan Lampung).

Lutfi, M. M., hermawaty RK, Rawana. Promotion Strategy to Increase Sales of AL Fazza Residence Property at PT Wahana Persada Indonesia Makassar City. <http://ojs.unm.ac.id/jo>