

## **STRATEGI PEMASARAN SEBAGAI UPAYA UNTUK MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN (PADA CAFE RAJO CORNER DI PADANG)**

Emmelia Eka Putri<sup>1</sup>, Febri Yuliandri<sup>2</sup>, Intan Yulia Rahayu<sup>3</sup>,  
Julfiani Duha<sup>4</sup>, Putri Salmia<sup>5</sup>, Ramdani Bayu Putra<sup>6</sup>

<sup>123456</sup>Akuntansi, Universitas Putra Indonesia "YPTK", Padang, Indonesia

Email: <sup>1</sup>emmeliaekaputri08@gmail.com

, <sup>2</sup>febriyuliandri@gmail.com, <sup>3</sup>intanyulia88@gmail.com, <sup>4</sup>julfianiduha10@gmail.com

<sup>5</sup>putrisalmia@gmail.com, <sup>6</sup>ramdanibayuputra@gmail.com

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi pemasaran yang dilakukan dalam upaya meningkatkan omzet penjualan pada Cafe Rajo Corner, kendala yang dihadapi Cafe Rajo Corner dalam menerapkan strategi pemasarannya dan upaya yang dilakukan Cafe Rajo Corner untuk mengatasi kendala yang dihadapi dalam penerapan strategi pemasarannya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Cafe Rajo Corner mengalami masalah yakni terjadi penurunan omzet penjualan Pada saat masa pandemi Covid-19. Untuk mengatasi hal demikian, maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat agar omzet penjualan dapat kembali meningkat di masa yang akan datang. Setelah dilakukan penelitian dan pengamatan, strategi pemasaran yang dilakukan oleh Cafe Rajo Corner adalah menerapkan strategi marketing mix (bauran pemasaran).

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran; Omzet Penjualan.

Diterima: 2021-12-11, Ditelaah: 2021-12-13, Disetujui: 2021-12-14

### **A. PENDAHULUAN**

Dampak pandemi Covid-19 tidak hanya pada sektor manufaktur, tetapi juga terhadap sektor UMKM sejak April 2020. Salah satu upaya pemulihan ekonomi nasional yang dilakukan pemerintah di masa pandemi Covid-19 adalah mendorong sektor UMKM, yang memiliki peran penting dalam perekonomian nasional karena banyaknya pekerja yang terlibat langsung. Apalagi jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,19 juta, dengan komposisi Usaha Mikro dan Kecil (UMK) sangat dominan yakni 64,13 juta (99,92%) dari keseluruhan sektor usaha. Kelompok ini pula yang merasakan imbas negatif dari pandemi Covid-19 (Bahtiar, 2021).

Berdasarkan hasil survei Katadata Insight Center (KIC) yang dilakukan terhadap 206 pelaku UMKM di Jabodetabek, mayoritas UMKM sebesar 82,9% merasakan dampak negatif dari pandemi ini dan hanya 5,9% yang mengalami pertumbuhan positif. Kondisi Pandemi ini bahkan menyebabkan 63,9% dari UMKM yang terdampak mengalami penurunan omzet lebih dari 30%. Hanya 3,8% UMKM yang mengalami peningkatan omzet. Survei KIC tersebut juga menunjukkan para UMKM melakukan

sejumlah upaya untuk mempertahankan kondisi usahanya. Mereka melakukan sejumlah langkah efisiensi seperti: menurunkan produksi barang/jasa, mengurangi jam kerja dan jumlah karyawan dan saluran penjualan/ pemasaran. Meski begitu, ada juga UMKM yang mengambil langkah sebaliknya, yaitu menambah saluran pemasaran sebagai bagian strategi bertahan.

Hal yang demikian juga berdampak bagi Cafe Rajo Corner di Padang yang merupakan tempat usaha yang menyediakan makanan dengan berbagai variasi corner yang berlokasi di Padang Namun sejak pandemi Covid-19 terjadi penurunan omzet penjualan maka Cafe Rajo Corner mngambil keputusan untuk meningkatkan kembali omzet penjualannya yang turun di tahun 2020 lalu sekitar Rp.5.000.000 dari tahun sebelumnya. Dengan latar belakang diatas, menjadi dasar pertimbangan penulis untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pemasaran yang dilakukan Cafe Rajo Corner dalam meningkatkan omset penjualannya.

## **B. METODE PENELITIAN**

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian Kualitatif yaitu jenis metode penelitian yang bersifat deskriptif dan menggunakan analisis secara detail dengan teknik pengumpulan data observasi dan wawancara.

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **a. Strategi Pemasaran yang Dilakukan Cafe Rajo Corner**

Strategi pemasaran adalah tujuan dan sasaran pemasaran perusahaan yang digabungkan menjadi satu rencana yang komprehensif. Eksekutif bisnis akan menarik strategi pemasaran yang sukses dari riset pasar. Aktivitas ini juga berfokus pada bauran produk yang tepat sehingga Anda bisa mendapatkan keuntungan yang paling banyak. Sederhananya: strategi pemasaran adalah strategi yang dirancang untuk mempromosikan barang atau jasa sehingga akan menghasilkan keuntungan. Dalam konteks ini, kata 'barang' berarti sama dengan 'produk' (Wibowo, 2021).

Keadaan pasar yang dinamis memacu persaingan pasar yang sangat cepat, sehingga perusahaan berupaya untuk memantapkan posisi pasar produknya dengan strategi tertentu agar dapat memperoleh keberhasilan dalam persaingan, hal ini tidak terkecuali pada Cafe Rajo Corner yang kini tengah berusaha mengembangkan bidang usahanya diantara para pesaing para dengan cafe-cafe lain.. Menurut pengamatan yang penulis lakukan, permasalahan yang timbul pada Cafe Rajo Corner akhir-akhir ini mengalami penurunan penjualan, hal ini disebabkan karena kurang optimalnya dalam melaksanakan strategi pemasaran. Untuk mengatasi hal yang demikian, maka Cafe Rajo Corner harus menyusun suatu manajemen dengan strategi pemasaran yang tepat agar dapat bersaing dengan cafe lain.

Ada beberapa cara yang bisa dilakukan untuk meningkatkan omzet penjualan yaitu:

- a. Target Market Potensial Untuk meningkatkan omzet penjualan, salah satu cara penting yang perlu dilakukan adalah menentukan target market atau target konsumen yang paling berpotensi untuk meningkatkan omzet dengan target penjualan adalah dari anak remaja sampai dewasa
- b. Rencanakan Promosi dengan cara tetapkan periode waktu promosi, tetapkan list strategi promosi, serta target yang ingin dicapai.

- c. Memberikan Diskon Untuk Konsumen Langkah lainnya yang cukup ampuh untuk meningkatkan omzet adalah dengan memberikan insentif ke konsumen jika konsumen tersebut melakukan pembelian berulang atau pembelian dalam jumlah tertentu.
- d. Variasi Produk adalah dengan melakukan pengembangan produk (product development). Pengembangan produk ini bisa kita lakukan dengan cara membuat varian produk/jasa yang lebih variatif. Hal yang penting adalah kita peka terhadap kebutuhan konsumen.

Strategi Pemasaran yang Dilakukan Cafe Rajo Corner Dalam Upaya Meningkatkan Omzet Penjualan adalah:

a. Strategi Produk

Strategi produk merupakan komponen yang paling penting, karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pemilihan jenis produk yang akan dipasarkan akan menentukan kegiatan promosi serta penentuan harga dan cara penyalurannya (Wulandari et al., 2021). Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan keinginan atau kebutuhan.

Cafe Rajo Corner merupakan sebuah cafe yang bergerak dibidang makanan dengan berbagai macam variasi kornek. Cafe Rajo Corner terus meningkatkan pelayanannya serta membekali ilmu kepada karyawannya dengan pengetahuan mengenai bagaimana cara yang baik dalam melayani konsumen. Dalam rangka memberikan kepuasan kepada konsumen, maka harus sesuai dengan konsep penjualan yakni harus melakukan usaha pembinaan terhadap para konsumen tersebut melalui pelayanan yang baik, sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Cafe Rajo Corner. Karena pelayanan yang baik merupakan kunci dari keberhasilan pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan.

b. Strategi Harga

Harga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk dan harga juga dapat membedakan produk lain dari tingkat harga yang ditawarkan, maka dari itu konsumen tentunya dapat mempertimbangkan pada tingkat harga mana yang sesuai dengan kebutuhan konsumen (Mata, 2018).

Strategi penetapan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Oleh Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga sangat berperan dalam menentukan posisi persaingan dan menentukan laku atau tidaknya produk di pasar maka sebelum menetapkan strategi harga terlebih dahulu mempertimbangkan faktor lain yang mempengaruhi (seperti citra, merek, lokasi/tempat, pelayanan, nilai dan kualitas produk), serta biaya yang dikeluarkan dan persaingan dari produk sejenis. Menurut hasil penelitian strategi harga yang dilakukan Cafe Rajo Cornerselama ini adalah sesuai dengan Porsi makanan yang ditawarkan.

c. Strategi Distribusi

Distribusi merupakan saluran yang digunakan oleh perusahaan untuk menyalurkan barang tersebut dari perusahaan sampai ke konsumen (Pratama, 2021). Lokasi sangat menentukan kelangsungan perusahaan kedepan dan sasaran konsumen sehingga produk dapat mencapai pasar yang dituju secara efektif dan efisien. Lokasi strategis merupakan salah satu faktor pendukung dalam memasarkan produk dimana lokasi yang strategis memudahkan para konsumen untuk datang

langsung menuju lokasi. Distribusi pada Cafe Rajo Corner menjadi faktor penting sebagai penentu kelangsungan berjalannya suatu usaha. Sebagian dari rangkaian distribusi, bentuk distribusi yang dilakukan oleh Cafe Rajo Corner adalah saluran distribusi langsung yaitu menjual produk kepada konsumen langsung dari cafe.

d. Strategi Promosi

Promosi penjualan merupakan insentif jangka pendek untuk mendorong para konsumen untuk mencoba atau membeli suatu produk yang ditawarkan serta diharapkan akan dapat mempertahankan ketenaran merek (*brand*). Pada Cafe Rajo Corner promosi yang dilakukan yaitu melalui internet (Instagram dan Go-Food), dan individu dari mulut ke mulut yang dapat mempromosikan produk produk yang dijual di Cafe Rajo Corner.

## 2. Kendala yang Dihadapi Oleh Cafe Rajo Corner Dalam Menerapkan Strategi Pemasaran

Kendala yang dihadapi oleh Cafe Rajo Corner adalah belum optimalnya strategi pemasaran yang dilakukan dan salah satunya pada strategi *marketing mix* (bauran pemasaran), terutama pada strategi promosi yang dilakukan oleh Cafe Rajo Corner memang belum maksimal. Saat ini hanya melakukan promosi melalui media sosial (Instagram dan Go-Food), serta promosi dari mulut ke mulut saja. Hal ini menyebabkan tujuan tidak tercapai secara maksimal, dan penjualan mengalami penurunan.

### a. Mengatasi Kendala yang Dihadapi Dalam Penerapan Strategi Pemasarannya

Upaya Mengatasi Kendala Promosi Cafe Rajo Corner harus dapat mempertimbangkan peranan strategi promosi dalam kegiatan promosinya. Kegiatan promosi yang dilakukan harus sejalan dengan rencana pemasaran secara keseluruhan, diarahkan dan dikendalikan dengan baik, dari hasil tersebut diharapkan akan berperan dalam peningkatan penjualan produk. Selain itu kegiatan promosi yang dilakukan juga diharapkan akan dapat mempertahankan ketenaran merek (*brand*). Karena ekuitas merek menjadi sangat penting dalam kondisi persaingan saat ini. Melalui kegiatan sales promotion atau promosi penjualan dan mengikuti acara khusus (*event/bazar*).

Cafe Rajo Corner dapat melakukan kegiatan yang bertujuan merangsang minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan, kegiatan ini diantaranya dengan pembagian brosur ke pelanggan atau promosi langsung ke konsumen dan pihak perusahaan juga memberikan hadiah kepada pelanggan, hal ini dilakukan semata-mata hanyalah sebagai apresiasi kepada pelanggan yang telah setia bertahun-tahun menjadi pelanggan tetap di perusahaan.

Cara melakukan kegiatan promosi juga dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

#### 1) Periklanan

Keuntungan dari periklanan bisnis ini adalah kemampuan memisahkan prospek puncak dari penjualan jasa, hampir sebagian penjualan jasa tergantung pada pasar komersial bisnis, pemilik, eksekutif, dan pembuat kebijakan yang dipekerjakan oleh perusahaan. Kerugian memasang iklan dalam jurnal bisnis adalah orang yang membaca publikasi tersebut tidaklah membaca secara rinci, karena tipe pembaca

biasanya hanya membaca topik utama jurnal atau artikel utama saja, tanpa mengingat iklan tertentu.

## 2) Periklanan Point

Papan nama outlet adalah salah satu sarana pengiklanan yang paling fundamental, dan paling sering digunakan, penempatan yang efektif dan jarak pandang papan nama outlet merupakan hal yang sangat penting. Papan nama outlet harusnya dapat dilihat dengan jelas dari dua sisi arah yang berbeda oleh mereka yang melintas dan melihat, perluasan papan nama outlet dapat berbentuk poster, dan bentuk lainnya yang diletakkan dipelabuhan laut, darat, dan udara, meja aktivitas, agen penyewaan mobil dan lokasi lain yang cocok. Sarana iklan papan nama outlet biasanya cukup efektif dalam menyebarkan promosi untuk menarik minat konsumen dan menarik pelanggan baru serta memperkuat promosi penjualan.

## 3) *Web Based Services*

Merupakan pelayanan yang berbasis website. Untuk melakukan layanan ini tentunya perusahaan harus memiliki sebuah website.

## D. KESIMPULAN DAN SARAN

### 1. Kesimpulan

Sesuai dengan analisis pembahasan seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka penulis menyimpulkan bahwa dalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh Cafe Rajo Corner hanya mengandalkan pada promosi penjualan melalui media sosial (Instagram dan GoFood) dan individu dari mulut ke mulut. Strategi pemasaran yang diterapkan Cafe Rajo Corner cukup efektif dalam meningkatkan omzet penjualan karena menggunakan strategi bauran pemasaran.

### 2. Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka ada beberapa saran yang dapat diberikan kepada Cafe Rajo Corner strategi promosi disarankan adalah dengan menambah media promosi lainnya, seperti melakukan pengiklanan, pemasangan spanduk, dan media promosi pada dunia internet seperti membuat website resmi perusahaan, membuat blog marketing, serta promosi melalui media sosial secara gratis maupun berbayar. Strategi pemasaran yang akan dijalankan, perusahaan harus lebih dahulu melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai posisinya dipasar. Dengan mengetahui keadaan dan situasi pasar dari produknya, serta posisi perusahaan dalam memasarkan produknya dipasar, maka dapatlah ditentukan tujuan dan sasaran apa yang diharapkan yang akan dapat dicapai dalam bidang pemasaran.

## E. REFERENSI

- Bahtiar, R. A. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Serta Solusinya. *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik, XIII(10)*, 19–24. [https://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info\\_singkat/Info\\_Singkat-XIII-10-II-P3DI-Mei-2021-1982.pdf](https://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info_Singkat-XIII-10-II-P3DI-Mei-2021-1982.pdf)
- Mata. (2018). strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan omzet penjualan pada toko wafa fashion banjarmasin. *Angewandte Chemie International Edition, 6(11)*, 951–952., 1(1), 1–64.

- Pratama, A. martin. (2021). *Apa yang dimaksud dengan distribusi?* Money Kompas.Com.[https://money.kompas.com/read/2021/08/21/120000726/apa-yang-dimaksud-dengan-distribusi-#google\\_vignette](https://money.kompas.com/read/2021/08/21/120000726/apa-yang-dimaksud-dengan-distribusi-#google_vignette)
- Wibowo, patrick trusto jati. (2021). *Apa Itu Strategi Pemasaran?* Warta Ekonomi.Co.Id. <https://www.wartaekonomi.co.id/read340149/apa-itu-strategi-pemasaran>
- Wulandari, Bayu, & Chandra. (2021). *The Influence of Liquidity , Leverage , Total Asset Turnover, Corporate Social Responsibility and Independent Board of Commissioners on Financial Performance in Agricultural Sector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2014-2019 Period.* 5(36), 749–759