

Marketing Strategy Of Ayiak Nelengau Food Hotel In Bengkulu Selatan

by Jurnal Emak

Submission date: 21-Jun-2021 12:35AM (UTC+0900)

Submission ID: 1609454390

File name: 7._arius_mariono.docx (376.96K)

Word count: 2335

Character count: 15137

ISSN:
e-ISSN :

Marketing Strategy Of Ayiak Nelengau Food Hotel In Bengkulu Selatan

Strategi Pemasaran Pondok Makan Ayiak Nelengau Di Bengkulu Selatan

Arius Mariono¹⁾; Sri Handayani²⁾; Yesi Indian Ariska³⁾

¹⁾Study Program of Management Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

^{2,3)} Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Ariusmariono@gmail.com¹⁾ lehandayani27@unived.ac.id ; ²⁾ yesilindlan@yahoo.co.id³⁾

How to Cite :

Mariono, A., Handayani, S., Ariska, Y.I. (2021). *Marketing Strategy Of Ayiak Nelengau Food Hotel In Selatan Bengkulu*. JURNAL EMAK: 3(1).

ARTICLE HISTORY

Received [22 -11-2020]

Revised [12 -12-2020]

Accepted [15 -01-2021]

KEYWORDS

Strategy Marketing
and Matrix of SWOT

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Jenis penelitian yang digunakan dalam proposal penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis SWOT (*strength, weaknesses, opportunity, threats*). Data-data yang diperoleh dari hasil penelitian akan dianalisa kekuatan, kelemahannya, peluangnya, dan ancamannya terhadap penerapan strategi pemasaran Pondok Makan Ayiak Nelengau

Berdasarkan hasil analisis SWOT diatas diperoleh bahwa di dalam matriks Internal menunjukkan faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 2,50. Hal ini mengindikasikan bahwa usaha dari Pondok ayiak nelengau berada pada posisi internal yang begitu kuat. Selanjutnya, didalam matriks eksternal menunjukkan bahwa faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 3,98. Hal ini mengindikasikan bahwa usaha dari Pondok ayiak nelengau dapat merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman yang berada di pasar industrinya. Adapun strategi yang dapat direkomendasikan pada pondok ayiak nelengau adalah meningkatkan strategi pemasaran melalui sosial media dengan mengikuti kemajuan teknologi serta mengutamakan kualitas produk dengan melihat daya beli serta permintaan konsumen

ABSTRACT

Research type which is used in this research proposal is quantitative research with descriptive approach. Analysis method which [is] used in this research is method analyse SWOT (*strength, weaknesses, opportunity, threats*). obtained datas of research hasail will be analysed by strength, its weakness, its opportunity, and its threat to applying of strategy marketing of Maisonette Eat Ayiak Nelengau.

Pursuant to result of analysis of SWOT above obtained that in Internal matrix show strength factor and weakness have totally of score 2,50. This matter of indication that effort from Maisonette of ayiak nelengau reside in internal on course which so strength. Hereinafter, in matrix of eksternal indicate

that opportunity factor and threat have totally of score 3,98. This matter of indication that effort from Maisonette of ayiak nelengau earn existing opportunity merespon by remarkable and avoid threat residing in his industrial market.

As for strategy able to be recommended by at maisonette of ayiak nelengau is to improve marketing strategy through media social by following progress of technology and also major the quality of product seen purchasing power and also request of consumer.

PENDAHULUAN

Pesaingan bisnis merupakan hal yang wajar, setiap perusahaan berlomba menawarkan berbagai macam keunggulan dan manfaat produk yang dipasarkannya dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Dalam menghadapi pesaing tersebut, manajemen pengusaha harus cerdas dalam menciptakan ikatan tertentu antara produk yang ditawarkan dengan konsumen. Perusahaan dituntut untuk dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat bertahan dan memenangkan persaingan, sehingga tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai. Setiap perusahaan harus bekerja keras untuk menciptakan kebijakan-kebijakan strategi baru dalam memasarkan produk barang dan jasa mereka terhadap konsumen salah satunya adalah memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2015:5) pemasaran adalah sebagai suatu proses sosial dan managerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Pada era modern seperti saat ini restoran tidak saja menyediakan makanan dan minuman jadi sebagai produknya, namun juga menyediakan fasilitas bagi para konsumennya sebagai sarana pendukung agar konsumen merasa lebih nyaman dalam menikmati makanan dan minuman yang disajikan. Hal ini merupakan salah satu strategi yang dijalankan agar dapat bertahan dan berkembang dalam persaingan yang tinggi dengan restoran dan Pondok makan ayiak nelengaulainnya.

Bengkulu Selatan adalah salah satu kabupaten di Provinsi Bengkulu. Dibagian barat Bengkulu Selatan berada di pesisir pantai Samudra Hindia sedangkan dibagian timur berada dalam kawasan Bukit Barisan. Dengan bentang alam yang sebagian berada di pesisir pantai dan sebagian di kawasan perbukitan menjadikan Kabupaten ini kaya akan tempat wisata yang indah, berupa tempat wisata laut seperti pantai dan tempat wisata perbukitan yang masih hijau seperti sungai dan air terjun. Selain tempat-tempat wisata tersebut Bengkulu Selatan juga menyediakan tempat wisata kuliner yang sudah terkenal sampai ke Provinsi, baik Provinsi Bengkulu maupun Provinsi tetangga. Nama tempat wisata kuliner itu adalah Pondok Makan Ayiak Nelengau. Pondok Makan Ayiak Nelengau merupakan salah satu nama sungai yang berada di Desa Muara Pulutan Kecamatan Seginim. Untuk dapat kesana bisa ditempuh dengan waktu sekitar 15 menit dari jalan

ISSN:
e-ISSN :

lintas barat Sumatera dari simpang tiga Kayu Kunyit, sekitar 25 menit dari pusat Kota Manna dan 3-4 jam jika dari Kota Bengkulu. Di Ayaik Nelengau berdiri belasan pondok makan lesehan dengan bangunan bernuansa tradisional. Pondok-pondok ini menyediakan menu-menu khas kuliner Bengkulu Selatan diantaranya gulai ikan pelus, gulai ikan palau, gulai ikan mungkus, gulai ikan gabus dan lain-lain. Menu-menu ini hanya mudah ditemukan di Bengkulu Selatan. Walaupun menu-menunya hanya berasal dari olahan ikan, tetapi memiliki cita rasa masakan yang sangat khas sehingga rasanya sulit untuk ditemui di daerah lain

LANDASAN TEORI

3

Strategi Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:72), strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana perusahaan berharap untuk menciptakan nilai pelanggan dan mencapai hubungan yang menguntungkan. Perusahaan menentukan pelanggan mana yang akan dilayaninya (segmentasi dan penetapan target) dan bagaimana cara perusahaan melayaninya (*diferensiasi* dan *positioning*). Perusahaan mengenali keseluruhan pasar, lalu membaginya menjadi segmen-segmen yang lebih kecil, memilih segmen yang paling menjanjikan dan memusatkan perhatian pada pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam segmen ini.

Menurut Kotler dan Keller (2012:119) yaitu: Bauran Pemasaran (*marketing mix*) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran

7

Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk menentukan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).

Analisis SWOT apabila dilihat berdasarkan filosofinya analisis SWOT merupakan suatu penyempurnaan pemikiran dari berbagai kerangka kerja dan rencana strategi yang pernah diterapkan baik di medan pertempuran maupun bisnis. Sebagaimana yang telah dikemukakan oleh Sun Tzu, bahwa apabila kita mengenal kekuatan dan kelemahan lawan sudah biasa memastikan bahwa kita akan dapat memenangkan pertempuran. Pembuatan keputusan perusahaan perlu pertimbangan faktor internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan maupun faktor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman. Dalam hal ini, analisis SWOT dipakai jika para penentu strategi perusahaan mampu melakukan pemaksimalan peranan faktor kekuatan dan memanfaatkan peluang sekaligus berperan sebagai alat untuk

meminimalisi kelemahan yang terdapat dalam tubuh organisasi dan menekan ancaman yang timbul dan harus dihadapi dengan tepat.

Faktor-Faktor Analisis SWOT

Untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu melihat faktor-faktor analisis SWOT. Yaitu, faktor eksternal dan internal suatu perusahaan. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing faktor tersebut:

a) Faktor Eksternal

Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya *opportunities and threats* (O dan P). Dimana faktor ini bersangkutan dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri (*industry environment*) dan lingkungan bisnis makro (*macro environment*), ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya

b) Faktor Internal

Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strengths and weaknesses* (S and W). Dimana faktor ini menyangkut kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi, sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya perusahaan (*corporate culture*).

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis SWOT (*strength, weaknesses, opportunity, threats*). Data-data yang diperoleh dari hasil penelitian akan dianalisa kekuatan, kelemahannya, peluangnya, dan ancamannya terhadap penerapan strategi pemasaran Pondok Makan Ayiak Nelengau dalam rangka meningkatkan minat pembeli. Untuk menentukan formulasi strategi pemasaran yang digunakan penggabungan, formulasi strategi pemasaran yang dihubungkan melalui matriks SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

Setelah dilakukan analisis internal dan eksternal, diketahui hasil dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Sebagaimana tertera pada tabel 1. sebagai berikut:

ISSN:
e-ISSN :

Tabel 1. Analisis SWOT
Analisis SWOT pada Pondok Ayiak Nelengau

<p>Kekuatan (<i>Strength</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan bumbu yang alami tanpa pengawet 2. Bahan baku masih pres / segar 3. Pelayan yang menguasai menu masakan asli daerah 4. Modal usaha yang dikeluarkan sesuai dengan keuntungan yang diperoleh 5. Mengutamakan kualitas dari bahan baku 6. Mengutamakan rasa/ masakan demi pencapaian loyalitas konsumen 7. Penempatan pondok yang terletak di lokasi strategis 8. Pemandangan yang alami yang terletak di setiap pondok 	<p>Kelemahan (<i>Weaknes</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya pesaing dengan penjualan menu yang sama yang menuntut Aroma untuk selalu bisa mengikuti selera pasaran konsumen 2. Naiknya harga bahan baku saat ini yang tidak menentu yang berpengaruh terhadap naik turunnya penjualan 3. Kurangnya varian menu makanan 4. Kurang handalnya beberapa pemilik pondok diberbagai cabang dalam menentukan strategi marketingnya
<p>Peluang (<i>Opportunity</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengatur strategi kerja sama dengan berbagai pihak 2. Belum banyak rumah makan yang ada di daerah tersebut 3. Mengikuti banyaknya permintaan konsumen di pasaran 4. Mengikuti kemajuan teknologi untuk menciptakan pemasaran produk yang maksimal 5. Melihat tingkat daya beli dari masyarakat 	<p>Ancaman (<i>Threat</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pondok pesaing yang banyak menciptakan produk yang lebih Bervariasi 2. Keytersediaan bahan baku dan harga bahan baku yang dapat naik sewaktu-waktu 3. Promosi dari pondokan lain yang lebih bervariasi 4. Kualitas pelayanan dari pondokan lain yang lebih baik 5. Kualitas produk pesaing yang lebih baik

a) Matriks internal dari kekuatan dan kelemahan Setelah faktor-faktor strategis interna suatu perusahaan diidentifikasi, suatu tabel disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka *strength* dan *weakness* perusahaan. Tahapannya adalah :

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom
2. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
3. Berikan rating 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (rating = 1), kelemahan yang kecil (rating = 2),

kekuatan yang kecil (rating = 3), dan kekuatan yang besar (rating = 4). Jadi sebenarnya, rating mengacu pada perusahaan sedangkan bobot mengacu pada industri dimana perusahaan berada

4. Kalikan masing-masing bobot dengan rating-nya untuk mendapatkan skor.
5. Jumlahkan total skor masing-masing variabel. Berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam matrik SWOT, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika total rata-rata dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal perusahaan lemah, sedangkan total nilai diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat

b) Matriks Eksternal dari peluang dan ancaman

Ada 1 ma tahap penyusunan matriks faktor strategi eksternal yaitu

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman
2. Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
3. Menghitung *rating* untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 1 sampai 4, dimana 4 (respon sangat bagus), 3 (respon di atas rata-rata), 2 (respon rata-rata), 1 (respon di bawah rata-rata). *Rating* ini berdasarkan pada efektivitas strategi perusahaan, dengan demikian nilainya berdasarkan pada kondisi perusahaan
4. Kalikan masing-masing, bobot dengan *rating*-nya untuk mendapatkan *score*.
5. Jumlahkan semua *score* untuk mendapatkan *total score* perusahaan. nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.

Berdasarkan hasil analisis SWOT diatas diperoleh bahwa di dalam matriks Internal menunjukkan faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 2,50. Hal ini mengindikasikan bahwa usaha dari Pondok ayiak nelengau berada pada posisi internal yang begitu kuat. Selanjutnya, didalam matriks eksternal menunjukan bahwa faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 3,98. Hal ini mengindikasikan bahwa usaha dari Pondok ayiak nelengau dapat merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman yang berada di pasar industrinya.

Adapun dalam diagram cartesius ditunjukkan bahwa Pondok ayiak nelengau berada pada kuadran *Growth* dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Setelah menggandengkan kekuatan dengan peluang atau strategi SO, maka diperoleh faktor kekuatan yang mesti dipertahankan untuk mampu mengambil peluang yang ada. Penggandengan

ISSN:
e-ISSN :

strategi ST menunjukkan bahwa perusahaan harus memaksimalkan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang ada. Strategi WO, memanfaatkan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan perusahaan. Serta strategi WT yang mengharuskan perusahaan untuk dapat meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Dari hasil penelitian dengan menggunakan analisis SWOT yang ada pada Pondok Ayiak Nelengau, bahwasannya hasil analisis SWOT diperoleh bahwa di dalam matriks Internal menunjukkan faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 2,50. Bahwa peluang yang didapat didalam matriks Eksternal menunjukkan bahwa faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 3,98.
2. Adapun strategi yang dapat direkomendasikan pada Pondok Ayiak Nelengau adalah meningkatkan strategi pemasaran melalui sosial media dengan mengikuti kemajuan teknologi serta mengutamakan kualitas produk dengan melihat daya beli serta permintaan konsumen.

Saran

1. Kepada pihak Pondok Ayiak Nelengau agar menerapkan inovasi dan variasi baik dari segi rasa, bentuk, maupun kemasan. Sehingga dapat memberikan daya tarik bagi konsumen.
2. Hendaknya pihak pondokan menambah lebih banyak lagi mitra kerja karena hal ini mampu meningkatkan omset penjualan

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani Sulastri. (2016). *Analisis Strategi Pemasaran Wisata Sejarah (Rumah Bung Karno dan Rumah Fatmawati) di Kota Bengkulu*. Jurnal Skripsi Universitas Dehasen Bengkulu: Bengkulu
- Ali, Hasan . 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Amantun Anik. 2006. *Analisis Strategi Pemasaran untuk meningkatkan Omzet penjualan pada Rumah Makan Embun Pagi Bengkulu*. Jurnal Skripsi. Universitas Bengkulu: Bengkulu
- David, Fred R, 2011. *Strategic Management*, Buku 1. Edisi 12 Jakarta
- Freddy Rangkuti, 2017. *Analisis SWOT*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- John W, Mullins & Walker Jr, Orville C. 2013. *Marketing Management: A Strateegic Decision-making Approach. Seven Edition*, New York: McGraw- Hill.
- Lupiyoadi, Ram5at.2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba.
- Philip Kotler .2012. *prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13.Jilid 1. Jakarta. Erlangga

- Singarimbun, M., 2016. *Metode dan Proses Penelitian*. Dalam: Singarimbun, M., Efendi, S. (editor). *Metode Penelitian Survei*, Edisi Revisi, Cetakan ke 18, Jakarta, LP3ES Indonesia.
- Syafitri. 2010. *Strategi Pemasaran BPRS Al Salaam Amal Salam Cabang Warung Jambu*. Jurnal Skripsi : Institut Pertanian Bogor.
- Tjiptono, Fandy. 2018. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset

Marketing Strategy Of Ayiak Nelengau Food Hotel In Bengkulu Selatan

ORIGINALITY REPORT

26%

SIMILARITY INDEX

26%

INTERNET SOURCES

10%

PUBLICATIONS

13%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.uinsu.ac.id Internet Source	10%
2	Submitted to Universitas Brawijaya Student Paper	4%
3	id.123dok.com Internet Source	3%
4	123dok.com Internet Source	3%
5	digilib.unila.ac.id Internet Source	2%
6	help.uii.ac.id Internet Source	2%
7	text-id.123dok.com Internet Source	2%
8	www.scribd.com Internet Source	1%

Exclude bibliography On

Marketing Strategy Of Ayiak Nelengau Food Hotel In Bengkulu Selatan

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8
