



Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada *Home Industry* “Donat Paha Ayam”

Ahmad Faisol Amir , Yustina Chrismardani

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Trunojoyo Madura

Email : faisolamir137@gmail.com yustina.chrismardani@trunojoyo.ac.id

Abstract Determining a good strategy in facing competition in the market is one of the keys to the company's success in marketing its goods and services. One of the business world where the level of competition is currently increasing from year to year is the production of home industries in the form of food, one of which is the home industry of chicken thigh donuts. a good marketing strategy in order to increase the volume of sales in each of its products so as to get the maximum profit or profit for the sustainability of the business to improve and develop. The type of research used in this research is qualitative research. The marketing strategy applied by the Chicken Thigh Donut Home Industry to increase its sales volume and the ability to compete for its products has been going well by paying attention to the quality of quality products and setting the selling price of the product that is not too high, but the distribution and promotion channels are carried out in a simple manner that needs to be developed again so that can escalate into a bigger business. Efforts that must be made by the Chicken Thigh Donut Home Industry so that its business activities run well and optimally are by establishing the right marketing strategy and having more competitive advantages that can increase sales volume and product competitiveness.

Keywords : Marketing Strategy, Sales Volume and Home Industry

Abstrak Penentuan strategi yang baik dalam menghadapi persaingan di pasar adalah salah satu kunci sukses perusahaan dalam memasarkan barang dan jasa yang dimilikinya. Salah satu dunia usaha yang saat ini tingkat persaingannya mengalami peningkatan dari tahun ke tahun adalah produksi *home industry* berupa makanan, salah satu diantaranya yaitu *home industry* donat paha ayam *Home Industry* dapat dikatakan sebagai usaha yang dilaksanakan untuk membuka peluang usaha mandiri berskala kecil namun juga harus memiliki strategi pemasaran yang baik agar dapat meningkatkan volume penjualan di setiap produknya sehingga mendapatkan keuntungan atau laba yang maksimal untuk keberlangsungan usaha tersebut meningkat menjadi lebih baik dan berkembang. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. strategi pemasaran diterapkan *Home Industry* Donat Paha Ayam untuk meningkatkan volume penjualannya dan kemampuan bersaing produknya sudah berjalan baik dengan memperhatikan kualitas hasil produk yang berkualitas dan penetapan harga jual produk yang tidak terlalu tinggi, namun saluran distribusi dan promosi dilakukan secara sederhana yang perlu untuk dikembangkan lagi agar dapat meningkat menjadi usaha yang lebih besar. Upaya yang harus dilakukan *Home Industry* Donat Paha Ayam agar kegiatan usahanya berjalan dengan baik dan optimal adalah dengan menetapkan strategi pemasaran yang tepat dan mempunyai lebih banyak lagi keunggulan kompetitif yang mampu meningkatkan volume penjualan dan daya saing produk.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Volume Penjualan Dan Home Industri

PENDAHULUAN

Cemilan atau makanan-makanan ringan bisa dikatakan saat ini sangat sering dicari oleh orang-orang untuk dibeli dan dikonsumsi, hal ini dikarenakan cemilan ini sangat mudah didapatkan dan juga sangat praktis sehingga konsumen sering memburu cemilan-cemilan untuk dibeli. Di Indonesia potensi produk makanan olahan tetap menjadi bagian tulang punggung perekonomian masyarakat secara keseluruhan, hal ini dikarenakan usaha tersebut memiliki pertumbuhan yang cukup pesat dalam pengembangannya. Usaha produk makanan mempunyai prospek yang cukup menjanjikan bagi pengusaha, karena sektor usaha makanan olahan tersebut dianggap mampu mendatangkan keuntungan yang cukup besar dan dengan modal yang tidak terlalu tinggi. Potensi keuntungan usaha makanan olahan yang besar tersebut dapat

Received September 07, 2023; Revised Oktober 02, 2023; Accepted November 10 2023

* Ahmad Faisol Amir., faisolamir137@gmail.com

dijadikan sebuah peluang untuk mengembangkan produk rumah tangga (*home industry*) menjadi sebuah bisnis makanan yang memberikan peluang usaha mandiri bagi masyarakat.

Melihat keadaan ekonomi Indonesia saat ini dimana pertumbuhan ekonomi dan lingkungan ekonomi begitu cepat mengharuskan perusahaan baik berskala besar ataupun berskala kecil harus memperhatikan secara kontinyu dan menyesuaikan diri terhadap perubahan pasar yang semakin banyak pesaingannya. Usaha kecil harus lebih kreatif lagi dalam merancang dan memutuskan misi usahanya dan bagaimana strategi pemasarannya yang akan diterapkan di lapangan agar dapat mengantisipasi berbagai macam perubahan yang terjadi, serta dapat terus bersaing dengan sehat sesuai keinginan konsumen, karena pada dasarnya fungsi perusahaan adalah memproduksi barang dan jasa yang dapat diterima konsumen baik secara langsung ataupun tidak langsung.

Strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan usaha, oleh karena itu bidang pemasaran berperan besar dalam merealisasikan rencana usaha. Dengan melakukan penerapan strategi pemasaran yang akurat melalui pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan. Penentuan strategi yang baik dalam menghadapi persaingan di pasar adalah salah satu kunci sukses perusahaan dalam memasarkan barang dan jasa yang dimilikinya. Salah satu dunia usaha yang saat ini tingkat pesaingannya mengalami peningkatan dari tahun ke tahun adalah produksi *home industry* berupa makanan, salah satu diantaranya yaitu *home industry* donat paha ayam.

Home Industry dapat dikatakan sebagai usaha yang dilaksanakan untuk membuka peluang usaha mandiri berskala kecil namun juga harus memiliki strategi pemasaran yang baik agar dapat meningkatkan volume penjualan di setiap produknya sehingga mendapatkan keuntungan atau laba yang maksimal untuk keberlangsungan usaha tersebut meningkat menjadi lebih baik dan berkembang.

Donat adalah makanan dengan bentuk yang khas yaitu, berlubang di tengah seperti cincin, tetapi disini dibuat berbeda yaitu berbentuk seperti paha ayam. Donat merupakan contoh roti yang digoreng sehingga adonannya pun hampir sama dengan adonan roti. Adonan yang dibuat kemudian dicampur dan difermentasi dengan ragi lalu dibentuk seperti paha ayam dan diberi topping meses coklat dan meses warna warni.

Berdasarkan uraian di atas yang tujuannya tak lain untuk mengetahui strategi pemasaran yang baik dan benar agar penjualan mendapatkan peningkatan, perlu dilakukan analisis pada strategi pemasaran, sehingga judul yang penulis ajukan yaitu **“Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada *Home Industry* Donat Paha**

Ayam". Hasil analisis strategi pemasaran ini diharapkan mampu untuk menetapkan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan agar dapat terus bertahan dan mengembangkan suatu strategi bersaing yang sesuai untuk menghadapi segala kemungkinan perubahan-perubahan yang terjadi.

KAJIAN TEORI

a. Pemasaran

Kata pemasaran sudah sangat dikenal dan sering didengar orang, namun jawaban yang diberikan setiap orang bisa berbeda-beda. Menurut Stanton yang dikutip oleh Swasta dan Irawan (2003:5) Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan berdasarkan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

b. Strategi Pemasaran

Menurut Charles (2009), "strategi adalah keseluruhan konsep bagaimana sebuah perusahaan mengatur dirinya sendiri dan semua kegiatan dengan tujuan agar bisnis yang dijalankan berhasil, melakukan persaingan, dan melakukan imbal hasil kepada pemegang saham". Sama seperti pengertian pemasaran, para ahli memiliki definisi yang berbedabeda mengenai pengertian strategi pemasaran. Strategi pemasaran merupakan suatu cara yang dilakukan suatu perusahaan untuk dapat bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat dengan memberikan produk dan layanan terbaiknya untuk dapat memuaskan pelanggannya sehingga tercipta loyalitas yang tinggi terhadap produk yang ditawarkannya. Hal ini didukung oleh referensi yang menyatakan bahwa "strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, positioning dan bauran pemasaran"

c. Volume Penjualan

Penjualan adalah proses perpindahan hak milik akan suatu barang atau jasa dari tangan pemiliknya kepada calon pemilik baru (pembeli) dengan suatu harga tertentu, dan harga tersebut diukur dengan satuan uang (Zainuddin et al., 2020). Tujuan penjualan sendiri adalah untuk meningkatkan volume penjualan. Volume penjualan merupakan pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk serta suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton atau liter.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian data melalui riset yang mana bersifat deskriptif. Landasan teori dijadikan sebagai acuan agar fokus penelitiannya sesuai dengan data yang real di lapangan. Selain itu landasan teori juga mampu memberikan gambaran umum tentang latar belakang penelitian dan sebagai hasil pembahasan penelitian.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan cara observasi. Observasi adalah suatu cara pengumpulan data dengan cara kunjungan dan pengamatan langsung dari segi segala bidang dalam produk Donat Paha Ayam. Setelah melakukan pengamatan secara mendalam lalu melakukan pencatatan secara sistematis mengenai hasil dari pengamatan tersebut.

3. Analisis Data

Analisis yang digunakan dengan menggunakan pendekatan metode kualitatif yaitu menerangkan Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada *Home Industry* "Donat Paha Ayam", yang beralamat di Jl. Trunojoyo Regency Blok F No. 44 Marengan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Pemasaran *home Industry* "Donat Paha Ayam" dalam Meningkatkan Volume Penjualan

Strategi pemasaran yang telah diterapkan *Home Industry* Donat Paha Ayam dalam meningkatkan kemampuan bersaing produk dan meningkatkan volume penjualan yaitu sebagai berikut :

1). Keputusan tentang produk yang dihasilkan

Dalam pengambilan keputusan tentang produk yang dihasilkan sangat memperhatikan rasa dan bentuk fisik produknya, hal itu dikarenakan keberlanjutan penjualan kepada konsumen akhir tergantung dengan rasa dan bentuk fisik produk tersebut yang menarik minat konsumen untuk membelinya. Produk yang dihasilkan oleh *Home Industry* Donat Paha Ayam adalah donat yang berbahan utama kentang dengan dua macam topping meses coklat dan meses warna warni. Jika dilihat perkembangan usaha tersebut mempunyai peluang yang cukup besar untuk meningkatkan usahanya ke arah yang lebih baik dan berkembang lagi.

2). Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang sangat penting dan sangat sering digunakan oleh suatu perusahaan untuk memperkenalkan produknya dan mempengaruhi pasar atau masyarakat sebagai konsumennya akan produk-produk yang dihasilkannya. Kegiatan promosi ini bertujuan untuk memperoleh kepercayaan konsumen dengan mempengaruhi agar lebih mengenal bagaimana produk yang ditawarkan oleh perusahaannya.

Strategi promosi yang dilakukan yaitu melalui story WA dan Instagram serta dilakukan dengan saling bertemu muka dengan model pengenalan produk yang dihasilkan terhadap konsumen melalui informasi perorangan sebagai konsumennya yang menyebar ke orang lain atau lebih dikenal dengan metode promosi dari mulut ke mulut.

2. Strategi dalam Upaya Pengembangan Usaha yang Bisa Dilakukan *Home Industry* Donat Paha Ayam

1). Perencanaan kualitas produk dan harga jual

Perencanaan kualitas produk adalah dengan meningkatkan dan menjaga kualitas produknya tidak berubah, karena produk berkualitas mempunyai nilai jual yang tinggi, apabila kualitas produknya menurun maka akan menurunkan juga volume penjualan. Produk yang berkualitas selalu diharapkan oleh konsumen sesuai dengan harga yang dibayarkannya.

2). Perencanaan target produksi dan volume penjualan

Perencanaan peningkatan target produksi dan volume penjualan dimana dinilai tidak hanya bertujuan untuk pengembangan usaha jangka panjang. Tujuan tersebut bermaksud semakin meningkatnya target produksi dan volume penjualan maka akan meningkat pula keuntungan atau laba yang didapat, dan apabila keuntungan atau laba meningkat maka akan mendorong peningkatan modal usaha yang juga otomatis akan memperbesar skala usahanya menjadi lebih besar lagi.

3). Perencanaan saluran distribusi dan promosi

Perencanaan distribusi hanya dilakukan secara langsung dari produsen kepada konsumen akhir. Perencanaan promosi hanya lewat story WA, Instagram dan lewat orang perorangan saja dimana produk dikenal melalui mulut ke mulut konsumen yang pernah membeli produk Donat Paha Ayam yang dihasilkan. Promosi dari mulut ke mulut merupakan jenis promosi yang relatif tepat untuk karakter konsumen produk tersebut.

Berdasarkan hasil analisis strategi pemasaran yang dilakukan diharapkan keputusan memilih strategi pemasaran yang diterapkan dalam suatu perusahaan merupakan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan tersebut agar usaha yang dijalankannya akan terus bertahan dan bahkan berkembang.

3. Analisis SWOT

Sebelum melaksanakan suatu usaha baru kita perlu mengetahui hal-hal / aspek- aspek yang berpengaruh terhadap usaha tersebut. Hal tersebut diantaranya adalah aspek kekuatan (strenght), kelemahan (waekness), kesempatan (opportunities), dan ancaman (threath).

Berikut adalah beberapa hal dari masing-masing aspek di atas :

a. Strenght

Kekuatan dari produk yang kita buat terletak pada bahannya yang menggunakan sayuran yaitu kentang dan juga tidak menggunakan bahan pengawet sehingga produk kita terjamin sehat namun tidak meninggalkan kualitas dari cita rasa produk yang kita buat, karena kita sudah banyak tahu donat-donat sejenis yang diproduksi oleh pesaing rata-rata mereka tidak memikirkan aspek kesehatan pada produknya.

b. Weakness

Produk kami merupakan produk baru sehingga secara langsung belum mendapatkan perhatian konsumen dan perlu dibuat strategi promosi yang efektif dan efisien. Bisnis ini tergantung dari kemampuan inovatornya sejauh mana dapat mengembangkan usaha yang terhitung baru dan memerlukan kerja keras untuk memperkenalkan produk baru pada konsumen.

c. Opportunities

Produk baru pasti mempunyai kesempatan untuk berkembang dan melakukan ekspansi pasar. Selain itu hampir jarang produsen yang menjual donat dengan memikirkan dari aspek kesehatan, oleh karena itu peluang pasar dari produk yang kitabuat cukup besar.

d. Threath

Hambatan yang kami temui dalam usaha ini kurang pekanya sebagian konsumen terhadap suatu produk yang mengandung aspek kesehatan. Terkadang sebagian konsumen tersebut lebih melihat kepada harga yang ditawarkan walaupun itu tidak mengandung aspek kesehatan didalamnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan yaitu, : strategi pemasaran diterapkan *Home Industry* Donat Paha Ayam untuk meningkatkan volume penjualannya dan kemampuan bersaing produknya sudah berjalan baik dengan memperhatikan kualitas hasil produk yang berkualitas dan penetapan harga jual produk yang tidak terlalu tinggi, namun saluran distribusi dan promosi dilakukan secara sederhana yang perlu untuk dikembangkan lagi agar dapat meningkat menjadi usaha yang lebih besar.

Upaya yang harus dilakukan *Home Industry* Donat Paha Ayam agar kegiatan usahanya berjalan dengan baik dan optimal adalah dengan menetapkan strategi pemasaran yang tepat dan mempunyai lebih banyak lagi keunggulan kompetitif yang mampu meningkatkan volume penjualan dan daya saing produk.

Adapun saran-saran yang dapat peneliti berikan yaitu sebagai berikut:

1. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk agar usaha yang dijalankannya tetap mendapat kepercayaan konsumen dan volume penjualan semakin meningkat.
2. Pengembangan produk yang bervariasi untuk menarik minat konsumen contohnya memperbanyak topping donat kentang yang beragam yang berpotensi meningkatkan volume penjualan.
3. Memperluas jangkauan distribusi dan meningkatkan strategi saluran distribusi baik secara langsung maupun tidak langsung.
4. Meningkatkan strategi promosi dengan memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk sehingga lebih dikenal oleh semua kalangan dan masyarakat umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. 2018. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung : CV.Pustaka Setia
- Rangkuti, Rahmi. 2018. *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Rotan Studi pada UD. Mula Rotan Petisah Kota Medan*. Repositori Institusi USU. Universitas Sumatera Utara.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83–88. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6686>
-]Zainuddin, M. Z., Lianti, H., & Suyuti, H. (2020). Engaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu, Citra Perusahaan Operator Seluler Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Lbc Kendari. *Sultra Journal of Economic and Business*, 1(1), 1–10. https://www.academia.edu/8509066/Proposal_Usaha_Donat_Kentang