

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Paparan Data dan Temuan Penelitian

1. Paparan Hasil Penelitian

a. Implementasi Strategi Pemasaran Burger Bangor Pamekasan Melalui Aplikasi Gojek

Strategi adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana tujuan tersebut tercapai. Alfred Chandler mengatakan bahwa strategi adalah suatu penentuan sasaran dan tujuan dasar jangka panjang dari suatu organisasi (perusahaan) serta pengadopsian seperangkat tindakan serta alokasi sumber-sumber yang perlu untuk mencapai sasaran-sasaran tersebut.¹ Sebagaimana disampaikan oleh Bapak Doni Purnomo selaku *Owner* Outlet Burger Bangor Pamekasan, beliau menyampaikan bahwa:

“Penerapan atau implementasi pemasaran outlet Burger Bangor ini adalah dengan cara promosi model barunya yaitu tidak hanya melalui media offline saja, melainkan dengan adanya dan kemajuan teknologi, jadi kami mencoba untuk memasarkan outlet ini melalui situs online dan juga aplikasi yang bernama Go-Jek sehingga para konsumen dapat membeli produk dari outlet burger bangor ini dengan mudah tanpa harus datang langsung ke outlet. Strategi pemasaran seperti ini

¹ Sri Rizqi Wahyuningrum dan Dwi Selvi Wulandari, “Pemberdayaan Strategi Pemasaran Produk Rumahan Desa Pademawu Barat Di Tengah Masa Pandemi Covid-19”. 21.

diharapkan mampu untuk meningkatkan jumlah konsumen Outlet Burger Bangor Pamekasan”²

Hal yang senada juga disampaikan oleh Saudara Firmansyah Pratama selaku salah satu karyawan di Outlet Burger Bangor Pamekasan, bahwasannya:

“Dalam strategi pemasaran di perusahaan ini memang kita sebagai penyelenggara pendidikan bersama kepala perusahaan menerapkan pemasaran secara online baik melalui website ataupun aplikasi gojek keada para konsumen. Akan tetapi selain itu *owner* kami juga memasarkan outlet ini secara langsung dengan penyebaran brosur-brosur, tentunya hal ini dilakukan untuk menarik minat masyarakat agar nantinya para konsumen selalu berdatangan untuk membeli produk makanan yang telah kami pasarkan di Outlet Burger Bangor Pamekasan”³

Hal serupa juga disampaikan oleh Saudari Ira Apriyana selaku Salah Satu Karyawan di Outlet Burger Bangor Pamekasan, berikut penyampaianya:

“Dalam hal pemasaran perusahaan, outlet burger bangor ini memiliki beberapa strategi dalam pengimplementasiannya. Pertama, perusahaan melakukan kunjungan ke masyarakat sebagai upaya promosi perusahaan kepada konsumen (*offline*). Kemudian yang kedua adalah perusahaan melakukan promosi melalui media cetak dan aplikasi gojek agar para konsumen tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan kami yaitu Outlet Burger Bangor Pamekasan.”⁴

Hal ini juga diperkuat dari pengamatan peneliti sekaligus juga termasuk salah satu karyawan yang bekerja di Outlet Burger Bangor

² Doni Purnomo, Owner Outlet Burger Bangor Pamekasan, *Wawancara Langsung* (24 April 2024)

³ Firmansyah Pratama, Karyawan di Outlet Burger Bangor Pamekasan, *Wawancara Langsung* (24 April 2024)

⁴ Ira Apriyana, Karyawan di Outlet Burger Bangor Pamekasan, *Wawancara Langsung* (24 April 2024)

Pamekasan, bahwa memang pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan cara online dan offline. Media online dengan cara bekerja sama melalui Aplikasi Go-jek, sedangkan media offline dilakukan dengan cara penyebaran brosur kepada masyarakat dengan langsung turun ke lapangan.

Hal ini juga disampaikan oleh Muhammad Ragil Konsumen di Outlet Burger Bangor Pamekasan, bahwasannya:

“Outlet Burger Bangor Pamekasan mempromosikan perusahaan salah satu caranya yaitu dengan melakukan kegiatan marketing kepada masyarakat secara offline. Kemudian perusahaan ini juga kak, mempromosikan perusahaan ini lewat brosur yang disebar di tiang-tiang jalanan dan juga media online.”⁵

Kemudian Bapak Suherman selaku salah satu driver Go-Jek sering kali mengantarkan dan membeli makanan di Outlet Burger Bangor Pamekasan, menyampaikan bahwa:

“Iya betul, kami selaku para driver sering menerima orderan makanan untuk diantarkan kepada para pembeli di Outlet Burger Bangor. Banyak konsumen yang memesan makanan di Outlet tersebut. Burger Bangor sendiri sudah tersedia di Aplikasi Gojek, jadi para konsumen tinggal memesan saja.”⁶

Bapak Rosidi yang juga merupakan salah satu driver Gojek di Pamekasan juga menyampaikan hal yang senada, bahwasannya:

“Produk dari Burger Bangor ini memang sudah tersedia di menu aplikasi Gojek, jadi untuk para konsumen yang hendak memesan makanan burger bisa langsung klik di menu Gojek itu

⁵ Muhammad Ragil, Konsumen di Outlet Burger Bangor Pamekasan, *Wawancara Langsung* (25 April 2024)

⁶ Suherman, Driver Go-Jek di Outler Burger Bangor Pamekasan, *Wawancara Langsung* (26 April 2024).

sendiri. Jadi kami para driver tinggal langsung order dan terima pesanan dari konsumen yang dipilih di menu Gojek tersebut”⁷

Hal ini juga diperkuat dari hasil dokumentasi peneliti selama penelitian di Outlet Burger Bangor Pamekasan, sebagai berikut:



Gambar 4.1 Dokumentasi Strategi Pemasaran Melalui Aplikasi Gojek⁸

Gambar tersebut menunjukkan bahwa salah satu pelayanan dan pemasaran di Outlet Burger Bangor diakses melalui aplikasi Gojek. Sebagaimana ditunjukkan oleh salah satu karyawan di Outlet Burger Bangor Pamekasan. Hasil yang disampaikan di atas juga sesuai dengan hasil observasi dan temuan penelitian yang ditemukan peneliti selama proses penelitian yaitu:⁹

⁷ Rosidi, Driver Go-Jek di Outlet Burger Bangor Pamekasan, *Wawancara Langsung* (26 April 2024).

⁸ Dokumentasi Peneliti, (25 April 2024)

⁹ Observasi Langsung, (25 April 2024)

- 1) Outlet Burger Bangor Pamekasan melakukan kegiatan sosialisasi atau kunjungan ke masyarakat secara offline di sekitar area outlet,
- 2) Pemasaran melalui marketing kepada masyarakat dan juga kepada para gofood-gofood ataupun go-jek dilingkungan sekitar sebagai upaya menarik minat masyarakat/konsumen untuk datang Outlet Burger Bangor Pamekasan melalui aplikasi Go-jek.
- 3) Produk dari Outlet Burger Bagor sendiri sudah terdaftar di aplikasi go-jek, jadi para konsumen tinggal mememesannya saja tanpa harus mengantri di tempat. Menurut penulis, Outlet Burger Bangor Pamekasan kreatif menggali keunggulan perusahaan dengan menerapkan strategi pemasaran tersendiri yang membedakan dari perusahaan pada umumnya.

b. Kendala Implementasi Strategi Pemasaran Burger Bangor Pamekasan Melalui Aplikasi Gojek

Dalam melaksanakan strategi pemasaran melalui aplikasi gojek tentunya ada kendala yang akan dialami baik secara langsung ataupun tidak Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Doni Purnomo selaku *Owner* Outlet Burger Bangor Pamekasan, yaitu:

“Dalam pelaksanaan strategi pemasaran tentunya pasti ada yang namanya kendala atau penghambat, diantaranya yaitu: akses jaringan dan tempat yang masih belum meluas, karena dapat

dibilang Outlet Burger Bangor ini masih baru dan masih belum dikenal banyak orang terutama di cabang Pamekasan ini.”¹⁰

Hal yang senada juga disampaikan oleh Saudara Firmansyah Pratama selaku salah satu karyawan di Outlet Burger Bangor Pamekasan, bahwasannya:

“Bahwa dalam persaingan didalam mempromosikan perusahaan sudah pasti ada dan persaingan juga terjadi sangat ketat, yang dilakukan oleh *owner* sekaligus manager dalam mengatasi persaingan adalah dengan tetap menjaga kualitas produk Outlet Burger Bangor Pamekasan. Dalam menghadapi persaingan tersebut tentunya faktor penghambat atau kendala yang dihadapi yaitu adalah kurangnya akses geografis sehingga akses promosinya hanya cukup sekitar daerah kota saja, dan juga kendala jaringan dapat menyebabkan pemesanan dan promosi melalui aplikasi gojek menjadi terhambat”¹¹

Hal senada juga disampaikan oleh Saudari Ira Apriyana selaku Salah Satu Karyawan di Outlet Burger Bangor Pamekasan, berikut penyampaiannya:

“Dalam pemasaran perusahaan pastinya akan sering dijumpai yang namanya kendala. Kendala pemasaran di Outlet Burger Bangor disini adalah terletak pada jaringan internet yang digunakan pada aplikasi, jika sewaktu-waktu listrik padam atau gangguan sinyal maka pemasaran serta pemesanan makanan di Outlet Burger Bangor menjadi terhambat.”¹²

Hal ini juga diperkuat dari pengamatan peneliti sekaligus juga termasuk salah satu karyawan yang bekerja di Outlet Burger Bangor Pamekasan, bahwa ketika pembatalan pesanan karena jika pesanan

¹⁰ Doni Purnomo, Owner Outlet Burger Bangor Pamekasan, *Wawancara Langsung* (24 April 2024)

¹¹ Firmansyah Pratama, Karyawan di Outlet Burger Bangor Pamekasan, *Wawancara Langsung* (24 April 2024)

¹² Ira Apriyana, Karyawan di Outlet Burger Bangor Pamekasan, *Wawancara Langsung* (24 April 2024)

dibatalkan oleh customer akan menyebabkan produk tidak terjual dan tidak bisa di kembalikan. Dan juga setelah proses pencarian driver sudah ada maka mengakibatkan ganti rugi terhadap pihak outlet, maka dari itu kecelakaan ini sangat fatal jadinya karena menyebabkan kerugian terhadap outlet dan juga driver ojek online itu sendiri.

Bapak Suherman selaku salah satu driver Go-Jek sering kali mengantarkan dan membeli makanan di Outlet Burger Bangor Pamekasan, menyampaikan bahwa:

“Kendala dalam Aplikasi Gojek saat pemesanan ataupun menerima orderan sering kali disebabkan oleh jaringan tidak stabil atau bahkan orderan yang menggeludak dan juga aplikasi yang tiba-tiba keluar sendiri. Hal ini menjadi persoalan dan kendala yang dialami kami selaku driver gofood dalam menyelesaikan orderan pemesanan”¹³

Hal ini juga di perkuat oleh hasil observasi yang dilakukan peneliti yang ditemukan beberapa temuan penelitian yaitu kendala yang terjadi dalam menerapkan strategi pemasaran melalui aplikasi Gojek di Outlet Burger Bangor Pamekasan dapat dilihat sebagai berikut :¹⁴

- 1) Adanya masyarakat yang belum begitu mengenal tentang Outlet Burger Bangor
- 2) Akses untuk promosi atau marketing secara offline masih terbatas.

¹³ Suherman, Driver Go-Jek di Outler Burger Bangor Pamekasan, Wawancara Langsung (26 April 2024).

¹⁴ Observasi Langsung. (10 Agustus 2023)

- 3) Akses jaringan internet dalam menjalankan aplikasi Gojek yang sering gangguan menyebabkan pemesanan maupun penerimaan oorderan menjadi terhambat.

B. Pembahasan

1. Implementasi Strategi Pemasaran Burger Bangor Pamekasan Melalui Aplikasi Gojek

Pemasaran merupakan kegiatan dimana perusahaan sebagai penghasil barang atau jasa guna memenuhi dan memberikan kepuasan akan kebutuhan konsumen. Pemahaman yang mendalam dikemukakan oleh pemasaran (*marketing*) dunia yaitu Philip Kotler. Menurut Kotler pemasaran didefinisikan sebagai suatu sistem sosial yang terjadi dalam seseorang atau kelompok guna mendapatkan apa yang mereka inginkan serta dibutuhkan dengan cara membuat, menjajakan atau menawarkan, dan secara bebas membarter produk yang bernilai dengan pihak lain.¹⁵

Strategi pemasaran terangkai atas dua suku kata yaitu strategi serta pemasaran. Penggunaan istilah strategi berawal dari bahasa Yunani Kuno yakni *strategia* yang terdiri atas kata *stratos* yang memiliki makna militer dan *ag* yang memiliki makna memimpin. Strategi dalam istilah bisnis perusahaan, strategi ialah penetapan dasar tujuan baik jangka panjang maupun jangka pendek

¹⁵ Moh. Rofiki dan Kamilil Muhimmah, "Strategi Pemasaran Online Shop: Upaya Untuk Meningkatkan Volume Penjualan", *Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis*, Vol.7 / No.2: 203-219, (Juli, 2021), 206.

perusahaan dengan menggunakan cara atau metode dan bagian sumber daya yang dibutuhkan guna mencapai tujuan perusahaan tersebut

Selain itu, strategi pemasaran sebagai pengambilan keputusan atau perencanaan penjualan oleh perusahaan berupa bauran pemasaran dan meminimalisir operasional. Setiap perusahaan selalu mengharapkan karyawan bekerja secara efektif untuk kelancaran pekerjaan, dimana terlihat dengan kemajuan teknologi merupakan letak manfaat atau fungsi kemajuan teknologi dan informasi tersebut. Semakin matangnya teknologi internet dan website, dimana meningkatkan kemampuan dan kecanggihan organisasi atau perusahaan dalam hal komunikasi bisnis dan kemampuannya berbagi informasi, serta berbagi sumber daya lain yang langka dan berharga. Selain itu juga, pemasangan iklan penjualan dan pelayanan yang terbaik yang menggunakan sebuah webshop 24 jam bagi pelanggannya.

Dalam hal ini penulis memaparkan pembahasan mengenai bagaimana mengimplementasikan Gojek dalam penjualan makanan burger bangor melalui aplikasi Gojek. Selain sebagai media promosi maupun transaksi jasa bagi para konsumen baik dari dalam negeri maupun luar negeri, manfaat Gojek membantu aktifitas transaksi secara mudah dan efisien.

Berdasarkan hasil penelitian diatas tentang implementasi strategi pemasaran Burger Bangor Pamekasan melalui aplikasi Gojek yaitu: melakukan kegiatan sosialisasi atau kunjungan ke masyarakat secara offline di sekitar area outlet, kemudian juga melalui marketing kepada masyarakat dan juga kepada para gofood-gofood ataupun go-jek dilingkungan sekitar

sebagai upaya menarik minat masyarakat/konsumen untuk datang Outlet Burger Bangor Pamekasan. Produk dari Outlet Burger Bagor sendiri sudah terdaftar di aplikasi go-jek, jadi para konsumen tinggal memesannya saja tanpa harus mengantri di tempat.

Hal ini diperkuat oleh Iyas dalam karya ilmiahnya yang menulis bahwa pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan- kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan konsumen. Kemudian, William J. Stanton, menyatakan bahwa konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Penggunaan konsep pemasaran bagi sebuah perusahaan dapat menunjang berhasilnya bisnis yang dilakukan.¹⁶

Strategi pemasaran ialah keseluruhan rencana dan terpadu dalam aspek pemasaran sebagai panduan dalam kegiatan yang akan dijalankan guna mendapatkan tujuan yang telah ditetapkan. Ringkasnya bahwa marketing *strategy* bisa dipahami sebagai marketing dengan business unit yang mengharapkan dapat tercapainya sebuah goal atau sasaran dalam pemasarannya. Jika dianalogikan, dunia pemasaran ibarat suatu medan pertempuran bagi penghasil produk dan penjual yang memiliki dan bergerak dalam komoditas yang sama, oleh karena itu para produsen dan penjual harus

¹⁶ Iyas, "Implementasi Sistem Penjualan Online Berbasis *Gojek* Pada Usaha Rumahan Griya Unik Wanita", 17.

mempunyai strategi yang tepat dalam pemasarannya sehingga mereka dapat menjadi pemenang dalam pertempuran tersebut.

Strategi pemasaran online (*online marketing strategy*) merupakan segala usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk barang atau jasa melalui media online, yakni media internet.¹⁷ Terdapat tiga macam unsur strategi pemasaran, yaitu pembagian variabel (segmentasi pasar), sasaran (*targeting*), dan memposisikan diri (*positioning*). Agar tercapainya keberhasilan di bidang pemasaran, suatu perusahaan harus memiliki taktik persaingan tersendiri dalam meningkatkan pemasaran perusahaannya. Terdapat tiga elemen dalam taktik persaingan, yaitu pembeda antara barang sendiri dengan barang lain (*differensiasi*), bauran pemasaran (*marketing mix*) yang mencakup 4P yaitu produk (*product*), promosi (*promotion*), harga (*price*), serta tempat (*place*), sedangkan elemen nilai pemasaran meliputi merek (*brand*). Dalam strategi pemasaran tentunya terdapat strategi dasar yang dijadikan sebagai acuan dalam penetapan komposisi yang terbaik yang terdiri dari bagian-bagian marketing yang serasi dengan target pasar yang dituju dan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan oleh perusahaan.¹⁸

a. *Product Strategy*

Produk merupakan barang atau jasa yang diproduksi oleh produsen dan dipergunakan oleh konsumen dalam rangka pemenuhan permintaan, kebutuhan, dan kepuasan konsumen. Dengan kata lain seluruh sesuatu yang

¹⁷ Wika Dwi Sampita, "Strategi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Penjualan". 3.

¹⁸ Moh. Rofiki dan Kamilil Muhimmah, "Strategi Pemasaran Online Shop: Upaya Untuk Meningkatkan Volume Penjualan", 207-208.

ditawarkan kepada pasar guna memperoleh atensi dari para konsumen untuk digunakan dan dikonsumsi yang mencakupi benda secara fisik, jasa, dan tempat. Dengan demikian, produk ialah segala sesuatu yang bisa dipasarkan atau ditawarkan kepada konsumen dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen baik yang meliputi barang fisik dan jasa disebabkan oleh kegunaan dan manfaat yang dihasilkan produk tersebut. Produk disini mencakup barang fisik dan jasa. Oleh sebab itu, perusahaan perlu mengupayakan untuk memproduksi serta memasarkan produk dengan kualitas premium yang sesuai dengan keinginan dan selera konsumen. Terkait bauran pemasaran produk harus bersifat dinamis, hal ini disebabkan kondisi konsumen setiap saat dapat berubah. Selain itu diperlukan pengembangan produk sebagai suatu langkah logis agar perusahaan bisa survive (betahan) dalam persaingan global. Adapun hal-hal yang terkait dalam pengembangan produk antara lain adalah sebagai berikut; quality (kualitas) size (ukuran), sharp (bentuk), attractiveness (daya tarik), labeling, branding (cap tanda), dan sebagainya untuk mengikuti dan menyesuaikan dengan trend dan selera konsumen sedang tumbuh. Adapun produk strategy yang ditawarkan oleh Outlet Burger Bangor Pamekasan, sebagai berikut:

- 1) Banyak menu-menu atau produk yang ditawarkan kepada para konsumen



Gambar 4.2 Daftar Menu Burger Bangor Pamekasan

Dari gambar diatas menunjukkan bahwa banyak sekali produk yang dijual atau ditawarkan di Burger Bangor Pamekasan, mulai dari produk Jelata sampai dengan produk yang lainnya sehingga konsumen tidak bosan dengan menu yang itu itu saja.

2) Produk Best Seller

**Bangor Juragan**

Single Beef Patty Large, 100% Australian Beef +
Homemade Bun and Sauce with Fresh Veggies

26.500

♡ Simpan

! Laporkan

🔗 Bagikan

Tambah pesanan

Gambar 4.3 Produk Best Seller Burger Bangor Pamekasan

Dari gambar tersebut dapat dijelaskan bahwa produk terbaik yang ditawarkan dan banyak diminati para konsumen yaitu adalah produk Bangor Juragan.

3) Paket Best Seller



Super Deal 2

Jelata cheese + french fries + coke/mineral water/
tea

35.500 ~~50.500~~ **Promo**

♡ Simpan

! Lapor

↻ Bagikan

Tambah pesanan

Gambar 4.4 Produk Paket Best Seller Burger Bangor Pamekasan

Selain produk, ada juga paket terbaik yang bisa para konsumen nikmati dengan berbagai menu yang bisa didapatkan

yang dapat dibawa pulang dalam bentuk paket ter-best di Burger Bangor Pamekasan ini.

b. *Price Strategy*

Harga merupakan besaran yang harus dikeluarkan atau dibayar oleh konsumen terhadap produk yang dibelinya. Menurut Kotler dan Keller price pada hakikatnya merupakan salah satu bagian dari elemen marketing mix yang dapat mendatangkan penghasilan, sedangkan elemen-elemen yang lain mendapatkan biaya.

Harga adalah value dari suatu barang atau jasa yang mana untuk mendapatkan barang dan jasa yang sesuai dengan keinginan tersebut harus mengeluarkan sesuatu yang diukur dengan sejumlah uang. Harga yang murah biasanya merupakan sumber kepuasan yang penting bagi pelanggan yang sensitif hal ini dikarenakan akan memperoleh value for money yang tinggi. Adapun daftar harga yang ditawarkan di Burger Bangor Pamekasan mulai dari harga Jelata sampai harga Sultan:

JELATA 13.952	JURAGAN 20.910	WINDAT 31.848	SULTAN 41.818	800 SPINACH BEEF 27.272	PTIK 18.982	FRIS 20.200	
800 BEEF CHEESE 15.910	JURAGAN CHEESE 22.728	WINDAT CHEESE 35.955	800 BEEF CHEESE 45.955	800 SPINACH BEEF CHEESE 29.991	JURK 20.000	FRIS CHEESE 21.818	
BANGOR CREAMY GARLIC 20.910	CHEESE BANGOR JR (SMALL) 19.891	WINDAT 19.091	CHILI EGG 23.536	CHEESE FRIES 19.991	NACHOS FRIES 19.991	WILDONKES FRIES 19.991	
BANGOR CREAMY GARLIC CHEESE 22.771	CHEESE BANGOR JR (LARGE) 25.995	WINDAT CHEESE 20.910	CHILI EGG CHEESE 25.910				
MULAI DARI BELASAN RIBU						ADD ON TELUR 4.091	FRIS FRIES 13.537
						CHIPS FRIES + LEMON TEA 13.537	

Gambar 4.5 Daftar Harga di Burger Bangor Pamekasan

c. *Distribution Strategy*

Distribusi ialah metode yang dipakai oleh produsen dalam hal ini adalah perusahaan guna mendistribusikan produk yang berupa barang fisik sampai ke tangan konsumen atau dengan kata lain distribusi ialah beragam aktivitas perusahaan yang mengupayakan sampainya produk ke tangan konsumen. Pemilihan tempat distribusi sangat berpengaruh akan perluasan pasar dan keuntungan. Pemilihan tempat yang tepat akan memberikan keuntungan yang diinginkan oleh perusahaan serta perluasan pasar baik pada wilayah regional maupun nasional dan internasional. Adapun *strategy pendistribusian* Burger Bangor Pamekasan yang disebar melalui poster di outlet dan di aplikasi Gojek, sebagai berikut:



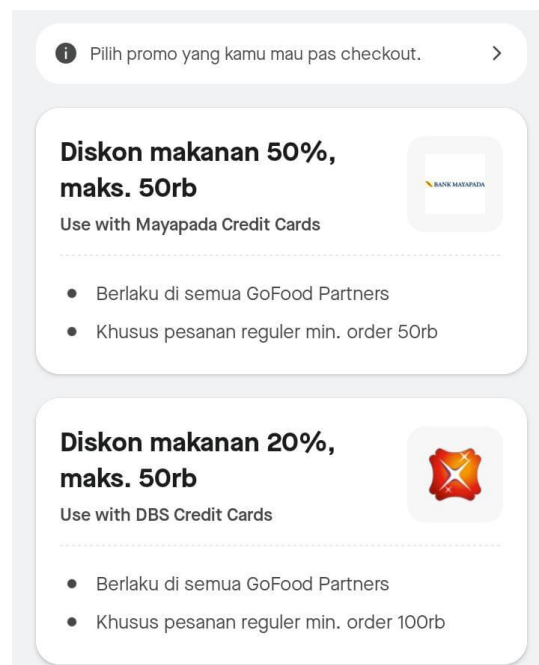
Gambar 4.6 Poster Distribusi di Burger Bangor Pamekasan

d. *Promotion Strategy*

Dalam marketing mix, promotion merupakan bagian yang penting karena dengan aktivitas promosi perusahaan bisa mempromosikan atau

memperkenalkan produk dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen sehingga konsumen dapat mengetahui mengenai adanya penawaran produk dan jasa tersebut. Promosi ialah suatu corak komunikasi marketing yang berupa kegiatan yang mengupayakan menyebarkan informasi, influence, merayu konsumen supaya bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan. Jadi promotion adalah seluruh aktivitas atau kegiatan yang bertujuan untuk menginformasikan, mengajak, serta membujuk calon konsumen untuk menjadi bagian dari perusahaan dan produk yang ditawarkan perusahaan tersebut sehingga terjadi proses pertukaran. Adapun strategy promotion yang ditawarkan di Outlet Burger Bangor Pamekasan, yaitu:

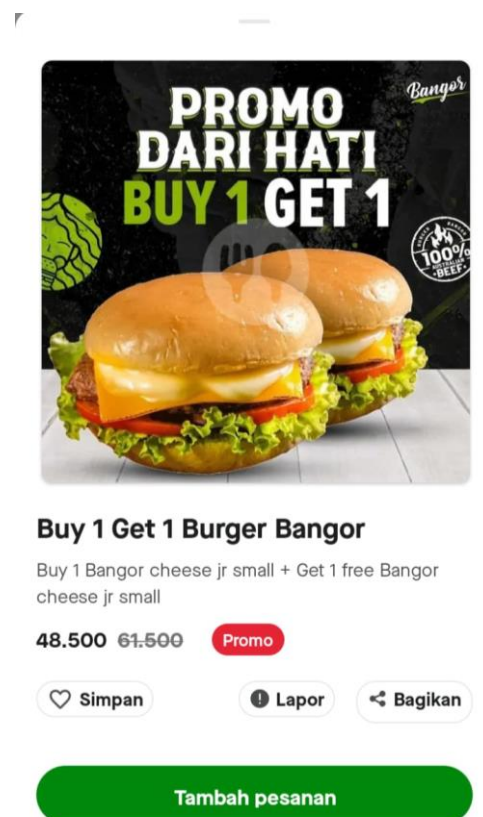
- 1) Adanya beberapa diskon yang ditawarkan kepada konsumen



Gambar 4.7 Diskon Promosi Burger Bangor Pamekasan

Gambar tersebut menjelaskan bahwa terdapat beberapa diskon dalam pembelian makanan di Aplikasi Gojek khususnya Burger Bangor Pamekasan terutama pada menu yang tersedia di *Gofood*.

- 2) Adanya promosi buy 1 get 1 yang hanya tersedia dalam pembelian online atau melalui aplikasi gojek



Gambar 4.8 Promo Buy 1 Get 1 Burger Bangor Pamekasan

Selain promosi diskon, Burger Bangor Pamekasan melalui Aplikasi Gojek juga menyediakan promo dari hati buy 1 get 1 dimana promo ini hanya dapat di ambil dalam pembelian online khususnya melalui Aplikasi Gojek/Gofood.

2. Kendala Implementasi Strategi Pemasaran Burger Bangor Pamekasan Melalui Aplikasi Gojek

Perusahaan atau pemasar banyak menggunakan media online untuk melakukan pemasaran karena untuk meminimalisir budget pengeluaran biaya pemasaran, jika dibandingkan dengan melakukan pemasaran melalui media cetak, media audio, maupun media audiovisual, pemasaran melalui media online jauh lebih efektif dan efisien. Media online sebagai media untuk pemasaran menjadi pilihan yang tepat bagi pemasar yang ingin memangkas biaya promosinya. Peningkatan bisnis online yang kian marak dan laju perkembangan bisnis yang semakin tak bisa diduga, konsumen pun menginginkan produk yang dapat memenuhi kebutuhannya dengan cepat, instan, mudah dan murah.¹⁹

GoJek memberikan pelayanan lain seperti mengantarkan makanan, barang dan berbelanja. Dimana kaum urban pada jaman sekarang mencari hal-hal yang mudah yang tidak perlu mengeluarkan banyak tenaga atau juga yang disebut dengan serba instant. Masyarakat dapat dengan mudah menggunakan jasa-jasa yang diberikan Go-Jek untuk dapat melakukan hal-hal yang dibutuhkan oleh masyarakat tanpa harus keluar rumah atau pergi untuk melakukan apa yang telah jasa Go-Jek berikan. Masyarakat menjadi tidak perlu bersusah payah untuk keluar dari rumah dan pergi jauh untuk mengantarkan barang atau mengantre untuk dapat membeli makanan atau

¹⁹ Wika Dwi Sampita, "Strategi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Penjualan". 1.

juga tidak perlu melewati kemacetan dan kehujanan ketika ingin membeli sesuatu.

Berdasarkan hasil penelitian diatas tentang kendala implementasi strategi pemasaran Outlet Burger Bangor Pamekasan melalui aplikasi Gojek, yaitu: Adanya masyarakat yang belum begitu mengenal tentang Outlet Burger Bangor; Akses untuk promosi atau marketing secara offline masih terbatas; dan Akses jaringan internet dalam menjalankan aplikasi Gojek yang sering gangguan menyebabkan pemesanan maupun penerimaan oorderan menjadi terhambat.

Ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan antara lain:²⁰

a. Kualitas barang

Turunnya mutu barang dapat memepengaruhi volume penjualan, jika barang yang diperdagangkan mutunya menurun dapat menyebabkan pembelinya yang sudah menjadi pelanggan dapat merasakan kecewa sehingga mereka bisa berpaling kepada barang lain yang mutunya lebih baik.

b. Selera Konsumen

Selera konsumen tidaklah tetap dan dia dapat berubah setiap saat, bilamana selera konsumen terhadap barang-barang yang dijual maka volume penjualan akan menurun.

²⁰ Siska Maya, "Strategi Peningkatan Penjualan Usaha Kecil Menegah Melalui *E-Commerce*", *Journal of Applied Business and Economics*, Volume 2 Nomor 3 (Maret, 2016), 38.

c. Servis Terhadap Pelanggan

Merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar penjualan terhadap usaha di mana tingkat persaingan semakin tajam. Dengan adanya servis yang baik terhadap para pelanggan sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.

d. Persaingan Menurunkan Harga Jual

Potongan harga dapat diberikan dengan tujuan agar penjualan dan keuntungan perusahaan dapat di tingkatkan dari sebelumnya. Potongan harga tersebut dapat diberikan kepada pihak tertentu dengan syarat-syarat tertentu pula.