

Pengaruh Strategi Marketing, Fokus Pelanggan, dan DIY Behavior Terhadap Hasil Bisnis UMKM Pedagang Makanan Ringan di Sidoarjo

Oleh:

Adinda Millenia Salsabila

Dr. Rita Ambarwati S., SE. M.MT

Manajemen Pemasaran

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

September, 2022

Pendahuluan

Persaingan usaha pada jaman sekarang semakin meningkat dan semakin ketat dengan semakin bertambahnya jumlah usaha seperti UMKM di setiap daerah maupun wilayah. Semakin tingginya daya saing maka setiap pelaku usaha haruslah memiliki Langkah-langkah strategis sehingga dapat bersaing pada dunia usaha jaman sekarang. Strategi pemasaran yang tepat akan dapat meningkatkan hasil jual maupun keuntungan bagi setiap pelaku usaha. Menurut Kotler (Kharisma, 2016) pemasaran merupakan proses sosial dimana didalamnya suatu kelompok maupun individu mendapatkan hal yang dibutuhkan dan yang diinginkan dengan menawarkan, meningkatkan secara bebas mempertukarkan produk dari pihak lainnya.

Pada dasarnya bisnis merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang atau suatu badan usaha yang bertujuan untuk dapat mendapatkan keuntungan. Bisnis merupakan suatu Lembaga yang dapat menghasilkan jasa maupun barang yang dibutuhkan oleh masyarakat selaku pelanggan, (Steinfeld, 1979). Bisnis akan terbilang sukses maupun berhasil apabila dapat memiliki hasil bisnis yang tinggi atau banyak. Untuk dapat mendapatkan hasil usaha yang tinggi maka diperlukan adanya strategi yang bagus.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

1. Apakah adanya pengaruh yang signifikan terhadap *Strategi Marketing* terhadap hasil bisnis?
2. Apakah adanya pengaruh yang signifikan terhadap fokus konsumen terhadap hasil bisnis?
3. Apakah adanya pengaruh yang signifikan terhadap *DIY Behavior* terhadap hasil bisnis?
4. Bagaimana strategi untuk meningkatkan hasil bisnis melalui strategi untuk meningkatkan *Strategi Marketing*, fokus konsumen, dan *DIY Behavior*?

Metode

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Dengan melakukan penunjang data melalui pengambilan data kuisisioner yang dibagikan kepada para pedagang UMKM makanan ringan di Sidoarjo.

Hasil

- berdasarkan hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa variabel *strategi marketing* berpengaruh terhadap hasil bisnis pedagang makanan ringan di Sidoarjo. hal ini memiliki arti bahwa penerapan langkah strategi *marketing* sangatlah tepat terhadap kelangsungan hasil bisnis usaha yang sedang dijalankannya.
- Berdasarkan hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa variabel fokus pelanggan mempunyai pengaruh yang *valid* dan signifikan terhadap hasil bisnis pada pedagang makanan ringan di Sidoarjo. Hal ini memiliki arti bahwa untuk menuju hasil bisnis yang dikatakan sukses maka pedagang usaha harus memberikan perhatian yang tidak kalah penting terhadap fokus pelanggan.
- Berdasarkan hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa variabel *DIY Behavior* mempunyai pengaruh yang *valid* dan signifikan terhadap hasil bisnis pada pedagang makanan ringan di Sidoarjo. hal ini memiliki arti bahwa untuk menuju usaha yang berdiri sendiri agar berkembang maka pedagang usaha juga harus memberi perhatian yang tidak kalah penting terhadap hasil bisnis.

Pembahasan

Pada penelitian yang dilakukan pada beberapa UMKM yang ada di daerah sidoarjo telah membuktikan bahwa tingkat antusias warga yang melakukan kegiatan Usaha Micro untuk dijadikan sumber pemasukan utama. Terutama pada masa pandemi yang telah berjalan selama 2 tahun terakhir membuat masyarakat merasa terbantu meskipun pendapatan utama sebelumnya lebih besar dari hasil yang diperoleh saat ini. Selama masa pandemi masyarakat dituntut untuk menjadi lebih kreatif dan inovatif dalam menciptakan suatu produk maupun jasa yang dapat membantu memenuhi kebutuhan masyarakat lain atau konsumen sasaran.

Temuan Penting Penelitian

1. Penelitian yang dilakukan oleh Periyadi (2021) dengan judul “Pengaruh Penerapan *Strategi Marketing* terhadap hasil bisnis Penjualan di Tengah Masa Pandemi *COVID-19*”
2. Penelitian yang dilakukan oleh Simanjuntak (2021) dengan judul “Pengaruh *Strategi Marketing* Terhadap hasil bisnis Penjualan Lahan di PT. Kawasan Industri Modern (Persero) Medan”
3. Penelitian yang dilakukan oleh Suryani, (2018) dengan judul “Pengaruh Fokus Pelanggan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Terhadap Hasil Bisnis Minyak Goreng Merk Tropical Pada PT. Fokus Distribusi Indonesia”
4. Penelitian yang dilakukan oleh Mudzakkir (2018) dengan judul “Peran Mediasi *Perceived Value* dalam Memediasi Pengaruh *DIY Behavior* terhadap Hasil Bisnis (Studi pada Wisata Wahana di Kota Batu)”
5. Penelitian yang dilakukan oleh Risa (2019) dengan judul “Pengaruh *DIY Behavior* Terhadap Hasil Bisnis Home Industri”
6. Penelitian yang dilakukan oleh Puspitowati (2022) dengan judul “Pengaruh Fokus Pelanggan, Respon Pelangga, Proaktif, Inovasi dan Pengambilan Resiko terhadap Kinerja UKM”

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dapat digunakan sebagai acuan dan referensi bagi penelitian -penelitian yang akan dilakukan selanjutnya tentunya yang berhubungan dengan Strategi Marketing, Fokus Pelanggan, *DIY Behavior* terhadap Hasil Bisnis.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi sebagai pedoman para manajer pemasaran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) maupun pemilik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam menggunakan dan mengelola usaha makanan ringan.

Referensi

- Abubakar, Rusydi. 2017. Manajemen Pemasaran. Sayed Mahdi, Alfabeta, Bandung.
- Buchari, Alma. 2016 Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabeta
- David, Fred., 2006. Strategic Management Manajemen Strategis. Edisi Kesepuluh, Buku Satu. Jakarta: Salemba Empat.
- Dewi, Pratiwie Nirmala, Chandra Hendriyani, and Rommy M Ramdhani. 2021. "Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Usaha Bakso Wong Jowo By Tiwi." *Jurnal Industri dan Perkotaan* 17(2): 6–13. <https://jip.ejournal.unri.ac.id/index.php/JIP/article/view/5830/pdf>.
- Gumilang, S. G. 2016. Metode Penelitian Kualitatif Dalam Bidang Bimbingan dan Konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, Vol. 2, No. 2, 144-159.
- Gumilang, Risa. 2019. "Implementasi *Digital Marketing* Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil *Home Industri*." *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen* 10(1): 9–14.
- Hasoloan, Aswand. 2018. "Peranan Etika Bisnis Dalam Perusahaan Bisnis." 7(2): 44–68.
- Hartono, Jogiyanto. 2008. Metodologi Penelitian Sistem Informasi. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Istighfarin, Ririn, Aura Fitriani, dan Nadya Lizza Riyani. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *McDonald'S* Sidoarjo Di Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara* 3(2): 117.
- Jasmani. 2018. "Pengaruh Promosi Dan Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Hasil Penjualan (Studi PT. Baja Perkasa Jakarta)." *Jurnal Semarak* 1(3): 142–57.
- Jauch dan Glueck (2012) *Manajemen Strategi & Kebijakan Perusahaan*, Edisi Ketiga, Jakarta: Erlangga
- Karuntu, Merlyn Mourah dan Silvy Lefina Mandey. 2019. "Kelompok Penjual Makanan Secara Online Di Perumahan Griya Paniki Indah (Gpi) Kecamatan Mapanget Kota Manado Propinsi Sulawesi Utara." *The Studies of Social Sciences* 2(1): 1.
- Khairo, Rusdiati. 2019. "Analisis Strategi Pemasaran Pariwisata Di Desa Ketapang Raya Kecamatan Keruak, Lombok Timur." *Jurnal Riset Manajemen* 19(1): 8.
- Khairo. 2019 Peran Mediasi *Perceived Value* dalam Memediasi Pengaruh *DIY Behavior* terhadap Hasil Bisnis (Studi pada Wisata Wahana di Kota Batu)"

