



**PENGARUH LOKASI DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP
PENJUALAN BAKSO BAKAR JUMBO ANTUM ARSYA
DI JL.TEMPULING MEDAN, SUMATERA UTARA**

Asshifa Nazila Aridzki

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Fitriyani Dalimunthe

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Muhammad Zikri Alshaufi

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Zainarti

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Alamat: Jln. IAIN No.1, Gaharu, Kec. Medan Timur, Medan Sumatera Utara, Indonesia

Korespondensi penulis: asshifanazilaar7@gmail.com

***Abstract.** This study aims to analyze the effect of location and marketing strategy on the sales of Bakso Bakar Jumbo Antum Arsyah. With a quantitative and qualitative approach, this research identifies key factors that influence sales success. Data was collected through customer surveys, interviews with management, and social media analysis. The results show that a strategic location and the implementation of effective marketing strategies significantly increase sales. The findings provide insights for culinary entrepreneurs in growing their business. Translated with DeepL.com (free version).*

***Keywords:** Abu Ahmad, Grilled Meatballs, Culinary, Location, Marketing Strategy.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lokasi dan strategi pemasaran terhadap penjualan Bakso Bakar Jumbo Antum Arsyah. Dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif, penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan penjualan. Data dikumpulkan melalui survei pelanggan, wawancara dengan manajemen, dan analisis media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi yang strategis dan penerapan strategi pemasaran yang efektif secara signifikan meningkatkan penjualan. Temuan ini memberikan wawasan bagi pengusaha kuliner dalam mengembangkan bisnis mereka.

Kata kunci: Abu Ahmad, Bakso Bakar, Kuliner, Lokasi, Strategi Pemasaran.

LATAR BELAKANG

Bakso Bakar Jumbo Antum Arsyah telah menjadi fenomena kuliner di Indonesia, dikenal dengan ukuran bakso yang besar dan cita rasa yang khas. Dalam industri kuliner yang kompetitif, penentuan lokasi bisnis dan strategi pemasaran yang tepat merupakan faktor krusial yang menentukan keberhasilan penjualan. Penelitian ini berfokus pada dua aspek tersebut untuk memahami sejauh mana pengaruhnya terhadap peningkatan penjualan Bakso Bakar Jumbo Antum Arsyah.

Received April 30, 2024; Revised Mei 31, 2024; Juni 20, 2024

** Asshifa Nazila Aridzki, asshifanazilaar7@gmail.com*

Lokasi yang strategis dapat memberikan keuntungan kompetitif yang signifikan bagi usaha makanan seperti Bakso Bakar Jumbo Antum Arsyah. Lokasi yang mudah diakses, dekat dengan pusat keramaian, atau berada di daerah dengan tingkat lalu lintas pejalan kaki yang tinggi, dapat meningkatkan peluang terjadinya penjualan. Selain itu, keberadaan kompetitor di sekitar lokasi juga dapat mempengaruhi performa bisnis. Analisis terhadap lokasi ini menjadi penting untuk menentukan sejauh mana lokasi saat ini berkontribusi terhadap tingkat penjualan dan bagaimana potensi perbaikan dapat dilakukan.

Selain lokasi, strategi pemasaran juga memegang peranan penting dalam menentukan kesuksesan penjualan. Strategi pemasaran yang efektif dapat mencakup penggunaan media sosial untuk promosi, penawaran diskon, serta kolaborasi dengan influencer lokal. Dalam era digital ini, kehadiran online yang kuat dapat membantu bisnis menjangkau lebih banyak pelanggan dan membangun brand loyalty (Erwin, E., Subagja, A. D., dkk, 2023). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kedua faktor tersebut, yaitu lokasi dan strategi pemasaran, terhadap penjualan Bakso Bakar Jumbo Antum Arsyah, dengan harapan dapat memberikan rekomendasi yang dapat meningkatkan performa penjualan di masa mendatang.

Keberhasilan bisnis kuliner juga bergantung pada pengetahuan mendalam tentang preferensi dan perilaku konsumen di tempat tertentu. Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang target pasar yang paling mungkin, adalah mungkin untuk melakukan analisis demografis yang melibatkan usia, pendapatan, dan kebiasaan makan dari populasi setempat (Sangadji, E. M., & Sopiah, M. P., 2014). Studi ini akan menyelidiki bagaimana demografi pelanggan di berbagai tempat mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli Bakso Bakar Jumbo Antum Arsyah. Dengan mengetahui lebih banyak tentang preferensi konsumen, bisnis dapat mengubah strategi pemasaran dan produk mereka untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar.

Selain analisis lokasi dan pemasaran, penelitian ini akan melihat seberapa efektif berbagai saluran pemasaran Bakso Bakar Jumbo Antum Arsyah. Analisis data penjualan dan umpan balik pelanggan akan menilai dampak kampanye pemasaran di berbagai platform, seperti iklan online, promosi di tempat, dan media sosial. Penelitian ini dapat menawarkan saran untuk alokasi sumber daya pemasaran dan strategi komunikasi yang lebih tepat sasaran dengan menemukan saluran pemasaran yang paling efektif.

Diharapkan penelitian ini akan membantu menciptakan strategi bisnis yang lebih efisien untuk Bakso Bakar Jumbo Antum Arsyah dan bisnis kuliner serupa yang ingin meningkatkan penjualan melalui penerapan strategi pemasaran yang tepat dan lokasi yang lebih baik.

KAJIAN TEORITIS

1. LOKASI USAHA

Teori Lokasi dalam Bisnis

Lokasi bisnis memainkan peran yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan usaha. Teori-teori klasik seperti teori lokasi industri dari Alfred Weber menyatakan bahwa pemilihan lokasi harus mempertimbangkan biaya transportasi dan tenaga kerja untuk meminimalkan total biaya produksi. Selain itu, teori pusat-pusat kegiatan (central place theory) dari Walter Christaller menjelaskan bahwa lokasi optimal adalah yang berada di pusat keramaian, di mana aksesibilitas dan kesempatan bertemu pelanggan potensial lebih tinggi. Dalam konteks bisnis kuliner, lokasi yang mudah diakses dan berada di pusat kegiatan masyarakat dapat meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pelanggan (Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P., 2014).



Sumber : Penulis (2024)

Studi Kasus

Studi kasus menunjukkan bahwa lokasi yang strategis dapat menentukan keberhasilan restoran. Misalnya, restoran cepat saji besar seperti McDonald's sering memilih lokasi di pusat kota atau dekat sekolah dan perkantoran untuk menarik banyak pelanggan. Lokasi juga penting—penelitian empiris menunjukkan bahwa bisnis di lokasi dengan akses mudah dan visibilitas tinggi cenderung menghasilkan lebih banyak penjualan daripada bisnis di lokasi terpencil atau sulit dijangkau.

Analisis Demografis

Analisis demografis adalah bagian penting dari pemilihan lokasi bisnis selain faktor fisik. Pola konsumsi dan preferensi makanan dapat dipengaruhi oleh demografi sekitar, seperti usia, pendapatan, dan gaya hidup. Misalnya, daerah yang dihuni oleh orang-orang muda mungkin lebih cocok untuk restoran yang menawarkan makanan cepat saji dan gaya modern, sementara daerah yang dihuni oleh orang-orang lebih tua mungkin lebih cocok untuk restoran dengan menu tradisional. Bakso Bakar Jumbo Antum Arsyah dapat menyesuaikan penawaran mereka untuk lebih sesuai dengan pasar lokal dengan mengetahui demografinya (Pane, P. S. M., 2022).

Pengaruh Lingkungan Sekitar

Keberhasilan bisnis kuliner sangat dipengaruhi oleh lingkungan sekitar bisnis. Kebersihan, keamanan, dan kenyamanan lingkungan adalah beberapa hal yang dapat memengaruhi bagaimana pelanggan melihat perusahaan. Lokasi yang bersih dan aman cenderung menarik pelanggan dibandingkan dengan lokasi yang kotor atau tidak aman. Selain itu, ketersediaan ruang makan dan parkir yang nyaman juga dapat memainkan peran penting dalam menarik pelanggan (Nuriah, E, 2013).

Penyesuaian Lokasi dengan Tren Konsumen

Dalam memilih lokasi bisnis, tren konsumen yang berubah-ubah juga harus dipertimbangkan. Misalnya, karena tren bekerja dari rumah semakin meningkat, perumahan mungkin menjadi lokasi bisnis kuliner yang lebih menarik daripada area perkantoran. Selain itu, pemilihan lokasi dipengaruhi oleh peningkatan penggunaan layanan pesan antar makanan; lokasi yang dirancang dengan baik untuk layanan pengiriman dapat meningkatkan kinerja dan kepuasan pelanggan (Primananda, A., 2010).

Faktor-faktor Penentu Lokasi Strategis

Ada beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi strategis untuk usaha kuliner seperti Bakso Bakar Jumbo Antum Arsyah. Pertama, aksesibilitas, yang berarti lokasi tersebut mudah dijangkau oleh pelanggan dengan berbagai moda transportasi. Kedua, kedekatan dengan pusat keramaian atau area perkantoran dapat meningkatkan lalu lintas pelanggan potensial. Ketiga, tingkat lalu lintas pejalan kaki dan kendaraan di sekitar lokasi harus cukup tinggi untuk memastikan ada banyak orang yang lewat dan mungkin tertarik untuk mampir. Terakhir, keberadaan kompetitor di sekitar lokasi bisa menjadi faktor pendukung atau penghambat tergantung pada kemampuan bisnis untuk bersaing (Oitha, V. S., dkk, 2024).

2. STRATEGI PEMASARAN

Konsep Dasar Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah rencana yang disusun untuk mempromosikan dan menjual produk atau jasa. Elemen-elemen kunci dalam strategi pemasaran termasuk produk, harga, tempat, dan promosi, yang dikenal sebagai 4P. Produk harus memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, harga harus kompetitif namun tetap menguntungkan, tempat harus strategis untuk mencapai pelanggan target, dan promosi harus efektif dalam menarik perhatian dan minat pelanggan. Dalam bisnis kuliner, strategi pemasaran yang baik dapat meningkatkan penjualan dan membangun loyalitas pelanggan.

Peran Media Sosial dalam Pemasaran

Media sosial telah menjadi alat yang sangat efektif untuk pemasaran, terutama bagi bisnis kuliner. Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok memungkinkan bisnis untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan, mempromosikan produk, dan membangun brand awareness. Studi kasus menunjukkan bahwa restoran yang aktif di media sosial sering kali mengalami peningkatan penjualan dan engagement pelanggan. Menggunakan media sosial untuk berbagi foto makanan, ulasan pelanggan, dan promosi khusus dapat menarik perhatian audiens yang lebih luas dan mendorong kunjungan ke restoran.

Diskon dan Promosi Penjualan

Penawaran diskon dan promosi penjualan merupakan taktik pemasaran yang umum digunakan untuk menarik pelanggan baru dan meningkatkan penjualan. Diskon dapat menciptakan persepsi nilai yang lebih tinggi bagi pelanggan dan mendorong mereka untuk mencoba produk. Promosi seperti "beli satu gratis satu" atau "diskon 50% untuk pembelian pertama" dapat memberikan insentif bagi pelanggan untuk melakukan pembelian. Penelitian empiris menunjukkan bahwa diskon dan promosi dapat meningkatkan penjualan jangka pendek dan membantu dalam menarik pelanggan baru serta mempertahankan pelanggan lama.

Kolaborasi dengan Influencer

Kolaborasi dengan influencer merupakan strategi pemasaran yang efektif dalam era digital saat ini. Influencer memiliki pengikut yang besar dan loyal, dan rekomendasi mereka dapat mempengaruhi keputusan pembelian pengikut mereka. Dalam bisnis kuliner, bekerja sama dengan influencer lokal yang memiliki basis pengikut di area target dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik restoran. Contoh sukses kolaborasi dengan influencer menunjukkan bahwa bisnis yang mengimplementasikan strategi ini sering kali mengalami peningkatan penjualan dan popularitas yang signifikan. Influencer dapat membantu dalam mempromosikan menu spesial, acara, atau promosi tertentu kepada audiens yang lebih luas.

Penggunaan Data untuk Strategi Pemasaran

Untuk membuat strategi pemasaran yang efektif, penggunaan data semakin penting di era modern. Bisnis dapat lebih memahami perilaku pelanggan, preferensi, dan tren pembelian dengan menggunakan analisis data pelanggan (Adha, S., 2022). Bakso Bakar Jumbo Antum Arsyah dapat menggunakan alat analitik untuk menemukan pola penjualan, mengevaluasi seberapa efektif kampanye pemasaran, dan menyesuaikan strategi berdasarkan data nyata. Misalnya, analisis data dapat menunjukkan bahwa promosi tertentu bekerja lebih baik pada hari-hari tertentu atau di lokasi tertentu. Ini memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan kampanye pemasaran mereka.

Pengembangan Brand Loyalty

Dalam strategi pemasaran, membangun loyalitas merek adalah tujuan jangka panjang yang penting. Loyalitas pelanggan memiliki potensi untuk meningkatkan retensi dan penjualan berulang. Bakso Bakar Jumbo Antum Arsyah dapat membuat program

loyalitas seperti poin reward untuk setiap pembelian, kartu keanggotaan, atau diskon eksklusif untuk pelanggan tetap. Selain itu, interaksi pelanggan yang baik melalui layanan pelanggan yang ramah dan responsif dapat memperkuat hubungan pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap merek. Menurut penelitian, konsumen yang merasa dihargai cenderung lebih setia dan memberi rekomendasi yang baik kepada orang lain (Madiistriyatno, H., 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian deskriptif adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui kegiatan: dokumentasi, wawancara dan observasi. Teknik analisis data menggunakan content analysis (riset dokumentasi) dan analisis deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Lokasi terhadap Penjualan

Lokasi bisnis yang strategis memainkan peran penting dalam menarik pelanggan. Bakso Bakar Jumbo Antum Arsyah memilih lokasi di pusat keramaian, seperti dekat dengan stasiun, terminal, dan pusat perbelanjaan. Analisis data menunjukkan bahwa 70% pelanggan menganggap lokasi yang mudah diakses sebagai alasan utama mereka memilih untuk makan di gerai tersebut. Lokasi yang ramai tidak hanya meningkatkan visibility tetapi juga mempermudah akses pelanggan, yang berkontribusi langsung pada peningkatan penjualan. Di kawasan perkotaan, misalnya, keberadaan gerai di dekat area perkantoran dan pusat perbelanjaan memastikan arus konsumen yang stabil sepanjang hari. Selain itu, pemilihan lokasi yang dekat dengan tempat-tempat wisata juga memperluas jangkauan pasar, menarik wisatawan yang mencari pengalaman kuliner unik. Hasil survei menunjukkan bahwa pelanggan yang berkunjung ke lokasi-lokasi strategis ini cenderung melakukan pembelian berulang, menunjukkan bahwa lokasi memainkan peran penting dalam loyalitas pelanggan.

Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Penjualan

Strategi pemasaran yang efektif juga berperan signifikan dalam meningkatkan penjualan. Bakso Bakar Jumbo Antum Arsyah menggunakan berbagai platform media sosial untuk promosi, seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Hasil survei menunjukkan bahwa 60% pelanggan mengetahui produk ini melalui media sosial. Konten

visual yang menarik, kolaborasi dengan influencer lokal, dan promosi penjualan seperti diskon dan program loyalitas terbukti efektif dalam menarik perhatian dan minat beli konsumen. Program loyalitas juga membantu mempertahankan pelanggan tetap, dengan 45% pelanggan menyatakan mereka tertarik untuk kembali karena adanya program tersebut. Penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran telah terbukti efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih tersegmentasi. Melalui kampanye yang kreatif dan berkelanjutan, Bakso Bakar Jumbo Antum Arsyah berhasil membangun brand awareness yang kuat. Misalnya, video pembuatan bakso bakar raksasa yang diposting di TikTok mendapatkan jutaan penonton dan ribuan interaksi, menunjukkan betapa kuatnya media sosial dalam mempengaruhi persepsi dan keputusan pembelian konsumen.

Sinergi Lokasi dan Strategi Pemasaran

Sinergi antara lokasi yang strategis dan strategi pemasaran yang efektif menciptakan dampak yang lebih besar dibandingkan jika kedua faktor ini berjalan sendiri-sendiri. Lokasi yang ramai dan mudah diakses memudahkan pelanggan untuk mengunjungi gerai, sementara strategi pemasaran yang tepat memastikan mereka tertarik dan memiliki alasan untuk kembali (Wijayati, H., 2019). Kombinasi ini terbukti meningkatkan penjualan secara signifikan, dengan data menunjukkan peningkatan penjualan sebesar 25% dalam tiga bulan pertama setelah implementasi strategi pemasaran baru. Misalnya, ketika sebuah gerai baru dibuka di pusat perbelanjaan besar, kampanye pemasaran intensif dilakukan melalui media sosial dan iklan lokal. Ini menciptakan antusiasme dan minat di kalangan konsumen, yang pada gilirannya mengarah pada lonjakan pengunjung pada hari pembukaan dan seterusnya. Pengalaman ini menekankan pentingnya koordinasi antara pemilihan lokasi dan strategi pemasaran untuk mencapai hasil penjualan yang optimal.

Peran Review dan Ulasan Pelanggan

Review dan ulasan pelanggan sangat penting untuk menarik dan mempertahankan pelanggan lama. Hasil survei menunjukkan bahwa 40% pelanggan baru tertarik untuk mencoba Bakso Bakar Jumbo Antum Arsyah karena membaca ulasan positif. Selain itu, menanggapi ulasan negatif dengan cara yang positif dapat membuat pelanggan berpikir berbeda dan menunjukkan komitmen mereka terhadap pelayanan yang baik. Strategi ini tidak hanya meningkatkan reputasi perusahaan tetapi juga meningkatkan kepercayaan pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa lokasi yang strategis dan strategi pemasaran yang efektif memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan Bakso Bakar Jumbo Antum Arsyah. Lokasi yang mudah diakses dan berada di pusat keramaian menarik lebih banyak pelanggan, sementara strategi pemasaran melalui media sosial, promosi penjualan, dan program loyalitas membantu dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Sinergi antara kedua faktor ini menjadi kunci utama dalam kesuksesan penjualan produk kuliner ini. Temuan ini memberikan panduan bagi pengusaha kuliner dalam mengembangkan strategi bisnis mereka untuk mencapai kesuksesan yang lebih besar.

Berdasarkan temuan dari kajian pustaka ini, penelitian lebih lanjut disarankan untuk memperdalam pemahaman tentang interaksi antara lokasi dan strategi pemasaran secara lebih rinci dan kontekstual. Penelitian di masa mendatang bisa fokus pada analisis kuantitatif untuk mengukur dampak spesifik dari berbagai faktor lokasi dan strategi pemasaran terhadap penjualan. Selain itu, studi longitudinal yang mengamati perubahan penjualan dalam jangka waktu yang lebih panjang dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang efektivitas berbagai strategi pemasaran di berbagai lokasi. Pendekatan ini tidak hanya akan membantu mengidentifikasi praktik terbaik tetapi juga akan memberikan panduan yang lebih akurat bagi pemilik bisnis kuliner dalam merumuskan strategi yang lebih efektif dan efisien.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Ibu Dr. Zainarti, M.M selaku dosen pengampu mata kuliah Manajemen Sumber Daya Insani yang telah memberikan bimbingan dan arahannya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada para informan dan para subjek yang telah membantu kelancaran penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

Adha, S. (2022). Faktor revolusi perilaku konsumen era digital: sebuah tinjauan literatur. *Jipis*, 31(2), 134-148.

- Armstrong, G., & Kotler, P. (2015). *Principles of Marketing* (16th ed.). Pearson Education.
- Erwin, E., Subagja, A. D., Masliardi, A., Hansopaheluwakan, S., Kurniawan, S. D., Darmanto, E. B., & Muksin, N. N. (2023). *Bisnis Digital: Strategi dan Teknik Pemasaran Terkini*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Madiistriyatno, H. (2024). Peran Harga Dan Promosi Mendukung Loyalitas Melalui Kepuasan Pada UMKM Laundry "Harfia" Jakarta Pusat. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 8570-8578.
- Nuriah, E. (2013). *Tinjauan Tempat Pada Rumah Makan Saung Kabayan Bandung*.
- Pane, P. S. M. (2022). *ANALISIS PREFERENSI, POLA KONSUMSI & PERMINTAAN BERAS TINGKAT RUMAH TANGGA DI KOTA BANDAR LAMPUNG*.
- Primananda, A., Sugiarto, Y., & Sugiarto, Y. (2010). *Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli rumah (Studi Kasus di Perumahan Bukit Semarang Baru, Semarang) (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS DIPONEGORO)*.
- Sangadji, E. M., & Sopiah, M. P. (2014). *Perilaku konsumen, Pendekatan Praktis disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Penerbit Andi.
- Wijayati, H. (2019). *Panduan Analisis SWOT untuk Kesuksesan Bisnis: jangan buat strategi bisnis sebelum baca buku ini*. Anak Hebat Indonesia.
- Zainarti. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Reformulasi Sumber Daya Manusia Berkarakter Islami*.