

## *Marketing Strategy to Increase Sales in Ling-Ling's Bali*

### **Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Di Ling-Ling's Bali**

**Ni Made Novita Kurniasanti<sup>1</sup>, Dr. Gusti Ngurah Joko Adinegara<sup>2</sup>, Dr. I Gusti Bagus Rai Utama<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Prodi Manajemen, Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

(\*) Corresponding Author: [jokoadinegara@undhirabali.ac.id](mailto:jokoadinegara@undhirabali.ac.id)

#### **Article info**

<p><b>Keywords:</b>  <i>Strategy, Marketing, Sales, Restaurant, SWOT, Matrix IE</i></p>	<p style="text-align: center;"><b>Abstract</b></p> <p>The way the restaurant business has changed and improved over time will have an effect on the competition, which is getting more and more fierce. This means that management needs to be ready for competition from other restaurants, and coming up with the right plan is the most important thing. This research was done at Ling-Ling's Bali Restaurant. The topic was "Marketing Strategy to Increase Sales at Ling-Ling's Bali." The aim is to find out the marketing strategy at Ling-Ling's Bali Restaurant. The strategy used in this study is based on the SWOT analysis approach. With an internal score of 3.45 and an external score of 3.24, Ling-Ling's Bali is in a growth strategy position, as shown by the scores in the IE matrix. Based on the results of the analysis, Ling-Ling's Bali Restaurant can use the following strategies to increase sales: creating new products that can bring in more customers; improving the quality of existing products or services; expanding the target market network; adjusting prices to stay competitive; doing marketing activities all the time; giving all employees regular training; and, not to be forgotten, offering shuttle services.</p>
<p><b>Kata kunci:</b>  <i>Strategi, Pemasaran, Penjualan, Restoran, SWOT, Matriks IE</i></p>	<p style="text-align: center;"><b>Abstrak</b></p> <p><i>Perjalanan bisnis restoran yang terus mengalami perkembangan dan peningkatan akan berdampak pada persaingan yang semakin ketat. Hal tersebut membuat manajemen harus siap dalam menghadapi persaingan antar restoran yang ada, pengaturan strategi yang tepat adalah kunci utama. Penelitian ini dilaksanakan di Ling-Ling's Bali Restoran dengan topik "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan di Ling-Ling's Bali". Adapun tujuannya adalah untuk mengetahui strategi pemasaran pada Ling-Ling's Bali Restoran. Strategi yang digunakan pada penelitian ini didasarkan melalui metode pendekatan analisis SWOT. Hasil dari skor yang dijabarkan dalam matrik IE diketahui posisi Ling-Ling's Bali berada pada posisi strategi pertumbuhan yaitu dengan ringkasan skor internal yaitu 3,45 dan untuk skor eksternal diperoleh skor 3,24. Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh, strategi yang dapat diterapkan pada Ling-Ling's Bali Restoran untuk meningkatkan penjualan, yaitu dengan mengembangkan produk baru yang dapat menarik minat pengunjung, meningkatkan kualitas produk atau jasa yang telah ada, memperluas jaringan target pasar, menyesuaikan harga agar tetap kompetitif, melakukan kegiatan pemasaran secara berkelanjutan, memberikan pelatihan secara berkala kepada seluruh karyawan, dan yang tidak kalah penting adalah menyediakan shuttle service serta valet parking dan bekerjasama dengan restoran sekitar untuk menyediakan lahan parkir.</i></p>

## PENDAHULUAN

Pariwisata ialah suatu kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata untuk tujuan hiburan dan wisata. Menurut Prayogo (2018), pariwisata secara sederhana dapat dijelaskan sebagai seseorang atau sekelompok orang yang merencanakan perjalanan dari satu tempat ke tempat lain dalam jangka waktu tertentu, dengan tujuan untuk menghibur, serta mendapat hiburan sehingga dapat memenuhi keinginan mereka. Industri pariwisata berubah dan berkembang setiap tahunnya. Perubahan tersebut terjadi karena berbagai faktor. Akibatnya banyak perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata bersaing untuk mengembangkan usahanya. Salah satu bisnis dengan pertumbuhan tercepat di industri pariwisata ialah restoran.

Salah satu cara untuk mendongkrak pertumbuhan perusahaan adalah dengan menerapkan strategi pemasaran yang baik, efektif dan efisien. Penetapan strategi ini sangat erat kaitannya dengan tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan serta berperan penting dalam menentukan pilihan strategis untuk menerapkan strategi pemasaran guna mencapai tujuan perusahaan menurut Prayogo(2018); Seperti yang kita ketahui bersama, produk yang dapat dihasilkan oleh perusahaan baik barang maupun jasa tidak dapat menemuka sendiri pembeli maupun peminatnya.

Di era yang sudah maju dan canggih seperti sekarang ini, banyak bisnis yang berkembang karena teknologi pendukung. Maka saat ini media sosial atau internet telah menjadi salah satu hal mendasar dalam bisnis yang bisa digunakan secara eksklusif untuk pemasaran dan penjualan produk. Dari segi perkembangan dan bentuknya, banyak bisnis yang beralih ke media sosial atau platform online sebagai salah satu sarana paling efektif untuk mempromosikan produknya.

Penggunaan melalui media internet relatif lebih hemat dan terjangkau dibandingkan dengan menggunakan cara-cara yang biasa dilakukan oleh perusahaan.

Ling-Ling's Bali adalah sebuah restoran yang berada di Jl. Petitenget No.43B, Seminyak – Bali. Restoran ini mengusung konsep yang berbeda dari restoran-restoran yang ada pada umumnya. Restoran ini merupakan restoran yang mengusung tema asian kontemporer yaitu perpaduan gaya Jepang dan Korea. Dimulai dari bentuk restoran, desain restoran, dekorasi restoran yang unik, colorful dan instagramable serta fasilitas restoran yang memadai dan tersedianya tempat indoor dan outdoor. Berikut adalah jumlah tamu yang datang ke Ling Ling's Bali periode 2018-2022.

Tabel 1. Jumlah Tamu Mancanegara dan Domestik Yang Datang ke Ling-Ling's Bali Tahun 2018 - 2022

No	Tahun	Jumlah tamu yang datang (orang)	Fluktuasi %
1.	2018	16,212	-
2.	2019	18, 408	13,5
3.	2020	8,806	(52,16)
4.	2021	10,860	23,3
5.	2022	14,750	13,58

Tabel 1 menunjukkan bahwa dari jumlah keseluruhan tamu yang datang ke Ling-Ling's Bali, pada tahun 2019 jumlah tamu yang datang mengalami peningkatan sebanyak 13,5%. Lalu pada tahun 2020 jumlah kunjungan cenderung mengalami penurunan yang sangat drastis yaitu sebanyak 52,16% hal ini disebabkan karena pada awal tahun 2020

Indonesia dikagetkan dengan adanya pandemi Covid-19. Menurut Kementerian Kesehatan RI (2020), coronaviruses(CoV) adalah keluarga besar virus yang dapat menyebabkan penyakit, mulai dari gejala ringan, sedang hingga berat. Coronavirus bersifat zoonosis (menyebar antara hewan dan manusia). Hal ini tentu saja membatasi segala macam aktivitas masyarakat secara umum, sehingga industri pariwisata pun mengalami kendala dan paling banyak terdampak oleh pandemi covid-19. Ini juga memaksa semua restoran tutup untuk jangka waktu tertentu untuk mencegah penyebaran virus.

Pada tahun 2021-2022 penanganan pandemi di Indonesia kian membaik, sehingga pemerintah memberi kelonggaran bagi sektor pariwisata seperti restoran untuk bisa berjalan kembali namun harus tetap mematuhi protokol kesehatan yang telah ditentukan oleh pemerintah, sehingga hal tersebut dapat mendatangkan pengunjung ke Ling-Ling's Bali walaupun jumlahnya sedikit dan terbatas.

## METODE

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah teknik analisis SWOT. Dalam penelitian ini purposive sampling digunakan sebagai metode penentuan sampel. Metode ini mengandung arti teknik penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan-pertimbangan tertentu menurut Sugiyono(2016). Sebanyak 10 sampel dipilih untuk penelitian ini, termasuk diantaranya yaitu 6 head departemen yang mengetahui mengenai Ling-Ling's Bali dan 4 konsumen yang berkunjung ke Ling-Ling's Bali.

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi serta kuesioner. Skala Likert digunakan pada kuesioner untuk menyampaikan penilaian untuk setiap indikator yang tersedia. Analisis data selanjutnya adalah menentukan rating dan bobot faktor internal (yaitu IFAS) dan faktor eksternal (yaitu EFAS). Setelah itu mencari kuadran Ling-Ling's Bali pada Matriks IE. Strategi yang terbentuk pada kuadran SWOT Analysis and Strategy memiliki skenario sebagai berikut Rangkuti (2015):

1. **Strategi SO** artinya strategi ini memanfaatkan segala kelebihan untuk merebut peluang. Strategi SO memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal.
2. **Strategi ST** strategi ini memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ST menggunakan kekuatan internal untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman eksternal.
3. **Strategi WO** artinya penggunaan strategi didasarkan pada pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang ada.
4. **Strategi WT** strategi ini memiliki tujuan untuk memperbaiki kelemahan internal, meminimalkan serta menghindari ancaman dengan memanfaatkan peluang eksternal. Oleh karena itu diharapkan perusahaan dapat meminimalkan kerentanannya dengan menghindari ancaman yang dapat mempengaruhi perusahaan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

## Hasil

Adapun hasil tabulasi data penelitian ini menunjukkan analisis faktor internal dan eksternal adalah sebagai berikut:

Tabel 2. *Internal Factor Analysis Summary (IFAS) Ling-Ling's Bali Restoran (Tahun 2022)*

No.	Indikator	Bobot (%)	Rating	Bobot X Rating
1	Jenis makanan yang ditawarkan oleh Ling-Ling's Bali bervariasi	0,07	3,5	0,24
2	Jenis minuman yang ditawarkan oleh Ling-Ling's Bali bervariasi	0,07	3,6	0,25
3	Harga makanan sesuai dengan kualitas yang di dapat di Ling-Ling's Bali	0,05	3,1	0,15
4	Potongan harga yang diberikan sesuai dengan kebijakan Ling-Ling's Bali	0,04	3,5	0,14
5	Lokasi restoran yang dekat dengan objek wisata	0,06	3,7	0,22
6	Akses transportasi untuk mencapai Ling-Ling's Bali di dapat dengan mudah	0,04	2,5	0,1
7	Pesan promosi yang disampaikan dilakukan dengan baik	0,06	3,3	0,2
8	Intensitas dan pemilihan media promosi yang dilakukan oleh Ling-Ling's Bali	0,06	3,5	0,21
9	Penggunaan media sosial untuk melakukan promosi di lakukan dengan baik	0,06	3,2	0,2
10	Pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada tamu yang berkunjung	0,08	3,6	0,3
11	Kecakapan karyawan saat melayani tamu yang berkunjung	0,065	3,6	0,23
12	Penampilan karyawan terlihat rapi saat bekerja melayani tamu yang berkunjung	0,06	3,5	0,21
13	Kecepatan karyawan dalam menangani komplain tamu yang berkunjung	0,06	3,4	0,2
14	Proses pelayanan di restoran pada saat pemesanan makanan dan minuman dilakukan dengan baik	0,065	3,2	0,2
15	Dekorasi restoran yang unik dan menarik	0,055	3,6	0,2
16	Dekorasi bar yang unik dan menarik	0,055	3,5	0,2
17	Penyediaan fasilitas penunjang seperti ruangan <i>vip</i>	0,05	3,6	0,2
<b>TOTAL</b>			<b>1,00</b>	<b>3,45</b>

Pada tabel 2 terlihat total nilai IFAS sebesar 3,45 dimana posisi ini menandakan bahwa Ling-Ling's Bali Restoran sudah memiliki posisi yang baik dengan kategori

kekuatan atau peluang sehingga mampu bersaing cukup baik. Posisi ini dapat dimanfaatkan oleh Ling-Ling's Bali Restoran dalam menghadapi para pesaingnya

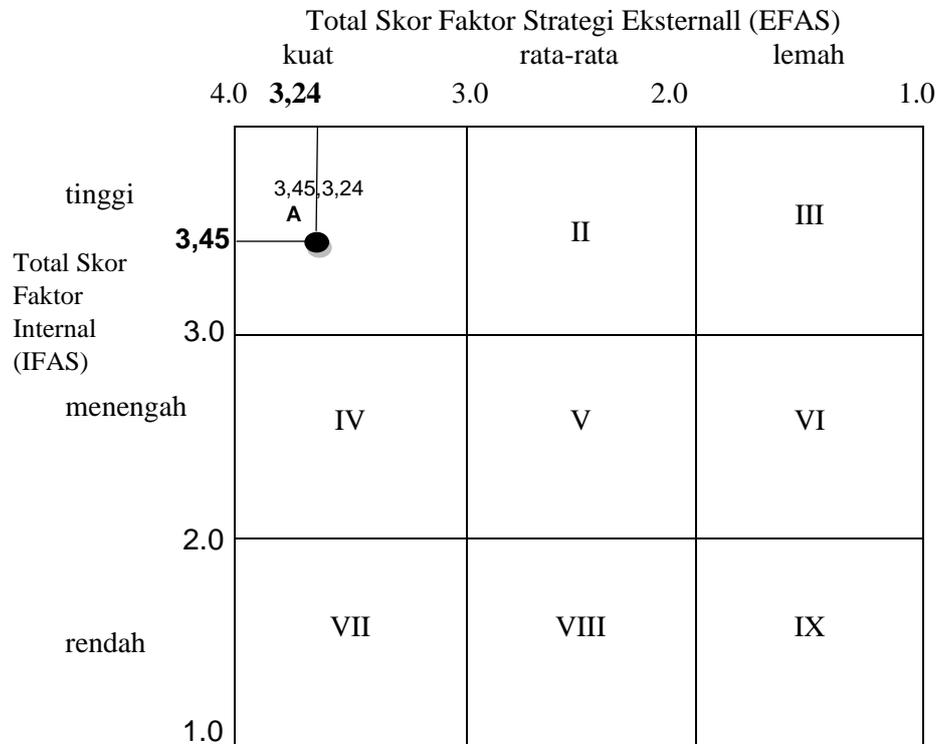
Tabel 3 *Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)* Ling-Ling's Bali Restoran (Tahun 2022)

No.	Indikator	Bobot (%)	Rating	Bobot X Rating
1	Pendapatan perkapita wisatawan berpengaruh terhadap pendapatan Ling-Ling's Bali	0,14	3,6	0,5
2	Pengaruh stabilnya nilai tukar mata uang asing terhadap pendapatan di Ling-Ling's Bali	0,12	3,1	0,37
3	Keamanan wisatawan saat berada di lingkungan Ling-Ling's Bali	0,12	3,5	0,42
4	Sikap masyarakat terhadap keberadaan restoran	0,12	3,4	0,4
5	Kebijakan pimpinan daerah terhadap pajak restoran	0,10	3,2	0,32
6	Pembebasan visa kunjungan wisatawan ke Indonesia	0,13	3,3	0,43
7	Kemajuan teknologi dan informasi yang mempengaruhi aktivitas restoran	0,15	3,5	0,52
8	Persaingan dari restoran sejenis yang berada di sekitar Peti Tenget	0,12	2,3	0,28
TOTAL			1,00	3,24

Pada Tabel 3 diatas total EFAS berjumlah 3,24 dimana pada posisi ini menandakan bahwa Ling-Ling's Bali Restoran memiliki peluang yang besar untuk digunakan dalam meningkatkan kinerja perusahaan di masa sekarang ini sehingga perusahaan dapat berkembang.

Berdasarkan Gambar 1 terlihat bahwa Restoran Ling-Ling's Bali saat ini berada pada (A) Kuadran I yaitu melalui integrasi vertikal untuk mencapai konsentrasi pertumbuhan atau "Growth" yang berarti perusahaan berada dalam keadaan pertumbuhan dalam hal penjualan, aset, profit atau kombinasi dari ketiganya. Hal tersebut dapat dicapai dengan cara mengembangkan produk baru, meningkatkan kualitas produk atau jasa, terutama menambah jaringan untuk menambah target pasar yang lebih luas, serta meningkatkan keuntungan dapat dicapai dengan cara meminimalkan biaya tertentu (*minimize cost*). Ini adalah strategi yang paling penting jika situasi perusahaan dalam tahap pertumbuhan yang cepat dan pesaing serupa yang terlibat dalam perang harga untuk meningkatkan pangsa pasar.

Gambar 1. Posisi Ling-Ling's Bali dalam Matriks IE



Keterangan:

A = Posisi Ling-Ling's Bali Restoran (2022)

Indikator internal menghasilkan kekuatan dan kelemahan yang dianalisis melalui analisis IFAS. Indikator eksternal kemudian menghasilkan peluang dan ancaman yang dianalisis melalui analisis EFAS. Hasil analisis IFAS dan EFAS akan menentukan posisi kuadran pada matriks Internal dan Eksternal. Matriks SWOT Ling-Ling's Bali dapat dilihat dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 4. Matriks SWOT Ling-Ling's Bali Tahun 2022

<p><b>IFAS</b></p> <p><b>EFAS</b></p>	<p><b>Kekuatan/Strengths:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jenis makanan yang ditawarkan oleh Ling-Ling's Bali bervariasi</li> <li>2. Jenis minuman yang ditawarkan oleh Ling-Ling's Bali bervariasi</li> <li>3. Harga makanan sesuai dengan kualitas yang di dapat di Ling-Ling's Bali</li> <li>4. Potongan harga yang diberikan sesuai dengan kebijakan Ling-Ling's Bali</li> <li>5. Lokasi restoran yang dekat dengan objek wisata</li> <li>6. Pesan promosi yang disampaikan dilakukan dengan baik</li> <li>7. Intensitas dan pemilihan media promosi yang dilakukan oleh Ling-Ling's Bali</li> <li>8. Penggunaan media sosial untuk melakukan promosi dilakukan dengan baik</li> <li>9. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada tamu yang berkunjung</li> <li>10. Kecakapan karyawan saat melayani tamu yang berkunjung</li> <li>11. Penampilan karyawan terlihat rapi saat bekerja melayani tamu yang berkunjung</li> <li>12. Kecepatan karyawan dalam menangani komplain tamu yang berkunjung</li> <li>13. Proses pelayanan di restoran pada saat pemesanan makanan dan minuman dilakukan dengan baik</li> <li>14. Dekorasi restoran yang unik dan menarik</li> <li>15. Dekorasi bar yang unik dan menarik</li> <li>16. Penyediaan fasilitas penunjang seperti ruangan <i>vip</i></li> </ol>	<p><b>Kelemahan/Weakness:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Akses transportasi untuk mencapai Ling-Ling's Bali</li> </ol>
<p>Peluang/Opportunity:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pendapatan perkapita wisatawan berpengaruh terhadap pendapatan Ling-Ling's Bali</li> <li>2. Pengaruh stabilnya nilai tukar mata uang asing terhadap pendapatan di Ling-Ling's Bali</li> <li>3. Keamanan wisatawan saat berada di lingkungan Ling-Ling's Bali</li> <li>4. Sikap masyarakat terhadap keberadaan Ling-Ling's Bali</li> <li>5. Kebijakan pemimpin daerah terhadap pajak restoran</li> <li>6. Pembebasan visa kunjungan wisatawan ke Indonesia</li> <li>7. Kemajuan teknologi dan informasi yang mempengaruhi aktivitas restoran</li> </ol>	<p>Strategi SO:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Melakukan evaluasi rutin untuk menjaga performa pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada tamu yang berkunjung.</li> <li>b. Meningkatkan intensitas promosi secara khusus melalui platform online dengan memanfaatkan teknologi yang canggih.</li> <li>c. Meningkatkan kualitas dan membuat varian makanan dan minuman secara berkelanjutan.</li> <li>d. Menawarkan produk dengan berbagai macam paket yang dapat menarik wisatawan.</li> </ol>	<p>Strategi WO:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Mengatur fasilitas areal parkir yang sesuai dengan kebutuhan sehingga tamu yang berkunjung ke Ling-Ling's Bali menjadi lebih nyaman</li> </ol>
<p>Ancaman/Threat:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persaingan dari restoran sejenis yang berada di sekitar Petitenget</li> </ol>	<p>Strategi ST:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Meningkatkan kualitas produk dan jasa seperti pelayanan dan fasilitas restoran.</li> <li>b. Merangkul kompetitor dengan cara membangun <i>partnership</i> yang menguntungkan kedua belah pihak.</li> </ol>	<p>Strategi WT:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Menyediakan shuttle service serta valet parking</li> <li>b. Bekerjasama dengan restoran sekitar untuk menyediakan lahan parkir</li> </ol>

## Pembahasan

### 1. Strategi SO

Strategi ini dilakukan untuk memanfaatkan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan untuk memperoleh peluang maksimal yang ada. Strategi yang dapat diterapkan oleh Ling-Ling's Bali dalam kuadran ini diantaranya:

- a. Mempertahankan dan melakukan evaluasi rutin untuk menjaga performa pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada tamu yang berkunjung.
- b. Meningkatkan intensitas promosi secara khusus melalui platform online dengan memanfaatkan teknologi yang canggih.
- c. Meningkatkan kualitas dan rutin menciptakan variasi makanan dan minuman secara berkelanjutan.
- d. Menawarkan produk dengan berbagai macam paket yang dapat menarik wisatawan dan pengunjung restoran.

### 2. Strategi ST

Strategi ini digunakan untuk memanfaatkan kekuatan guna mengatasi ancaman, strategi yang dapat dilakukan adalah:

- a. Menjaga dan meningkatkan kualitas produk serta jasa seperti pelayanan dan fasilitas restoran di Ling-Ling's Bali.
- b. Merangkul kompetitor dengan cara membangun partnership yang dapat menguntungkan kedua belah pihak

### 3. Strategi WO

Strategi ini dapat digunakan untuk meminimalkan kelemahan dengan cara memanfaatkan peluang. Strategi yang dapat dilakukan adalah:

- a. Mengatur fasilitas areal parkir yang sesuai dengan kebutuhan sehingga tamu yang berkunjung ke Ling-Ling's Bali menjadi lebih nyaman

### 4. Strategi WT

Strategi ini dapat digunakan untuk meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman. Strategi yang dapat dilakukan adalah:

- a. Menyediakan shuttle service serta valet parking
- b. Bekerjasama dengan restoran sekitar untuk menyediakan lahan parkir.

## SIMPULAN

Adapun kesimpulan dari penelitian ini yang ditarik dari hasil yang telah dibahas melalui matriks IE dan SWOT, Ling-Ling's Bali berada pada kuadran I yang merupakan strategi pertumbuhan atau growth strategy, dan beberapa alternatif strategi pemasaran yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan ialah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas seluruh sumber daya manusia atau SDM yang bekerja di Ling-Ling's Bali dengan melakukan pengembangan dan pelatihan yang tepat di bidangnya masing-masing.
2. Meningkatkan teknologi terbaru dalam sistem/program restoran, menggunakan teknologi dan informasi canggih untuk melakukan berbagai kegiatan pemasaran dan promosi. Misalnya dengan memberikan pelatihan tentang sistem komputerisasi restoran terbaru, sehingga seluruh SDM di Ling-

Ling's Bali dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan lebih dalam menggunakan sistem tersebut.

3. Penataan fasilitas area parkir sesuai dengan kebutuhan agar tamu yang berkunjung semakin nyaman dan juga meningkatkan kunjungan tamu di Ling-Ling's Bali.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Prayogo, R. R. (2018). *Perkembangan Pariwisata Dalam Perspektif Pemasaran*. PT Lontar Digital Asia: Bitread Publishing.

Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif ,Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.