

# Strategi pemasaran Blenger Burger di jalan Lamandau, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan

Kiki Indah Wulandari

Deskripsi Dokumen: <http://lib.ui.ac.id/opac/ui/detail.jsp?id=88976&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Setiap perusahaan yang ingin melebarkan lahan usahanya membutuhkan suatu strategi pemasaran. Strategi menjadi salah satu unsur terpenting yang menentukan keberhasilan suatu usaha dalam menghadapi persaingan dunia bisnis. Dengan strategi yang tepat, suatu usaha akan dapat mencapai tujuan program yang direncanakan.

Tesis ini membahas mengenai strategi pemasaran dengan mengambil studi kasus di Blenger Burger yang berlokasi di jalan Lamandau, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Tujuan penelitian ini selain untuk mengetahui strategi pemasaran Blenger Burger, juga untuk mengetahui alternatif strategi pemasaran yang disarankan untuk Blenger Burger. Alasan memilih Blenger Burger untuk dijadikan tempat penelitian karena saat ini Blenger Burger merupakan salah satu usaha makanan yang mengalami perkembangan cukup pesat, bahkan mampu mengungguli para pesaingnya yang sudah lebih dulu terjun.

Dalam melakukan penelitian, penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Adapun metode yang digunakan adalah metode studi kasus yang bertujuan untuk memperoleh gambaran yang lebih mendalam dan lengkap dari suatu objek yang diteliti tanpa mementingkan generalisasi secara luas. Analisis data dilakukan berdasarkan analisis PLC (Product Life Cycle).

Sebelum suatu strategi pemasaran disusun, perusahaan harus siap dengan perencanaan rincian dari bauran pemasarannya. Dalam studi kasus ini, strategi pemasaran yang dilakukan menggunakan konsep bauran pemasaran 5P yaitu produk (product), harga (price), tempat atau distribusi (place), promosi (promotion), dan Manusia (People).

Strategi pemasaran yang sudah diterapkan oleh Blenger Burger yaitu: (1) Strategi pemasaran untuk produk yang dilakukan oleh Blenger Burger adalah dengan melakukan diferensiasi produk, (2) Strategi pemasaran untuk harga, Blenger Burger menetapkan harga dengan harga yang berlaku (going-rate pricing), (3) Strategi pemasaran untuk promosi, bauran promosi yang dipakai adalah penjualan personal (personal selling) dan hubungan masyarakat yang didalamnya termasuk publisitas, (4) Strategi pemasaran untuk distribusi yaitu dengan memakai saluran langsung dari produsen ke konsumen, delivery service, serta distribusi selektif yang membatasi jumlah outlet, dan (5) Strategi pemasaran untuk manusia (pegawai) adalah dengan memberikan pelatihan dan training, serta kompensasi yang sesuai untuk pegawai.

Setelah dianalisis dengan menggunakan analisis Product Life Cycle (PLC) yang diukur dengan metode Polli & Cook, maka didapatkan kesimpulan bahwa produk burger milik Blenger Burger berada dalam tahap kedewasaan yang menurun (decaying maturity stage). Karena itu alternatif strategi yang disarankan

yang sesuai dengan posisi produk pada saat ini diantaranya adalah dengan modifikasi pasar, produk, dan bauran pemasaran. Modifikasi pasar dilakukan untuk menambah jumlah konsumen, modifikasi produk dilakukan dengan mengubah penampilan atau kemasan produk serta menambah menu makanan, modifikasi bauran pemasaran dilakukan dengan mencakup modifikasi atas harga dan promosi. Modifikasi harga dilakukan dengan cara menurunkan harga, sedangkan modifikasi promosi dilakukan dengan mempergunakan strategi promosi lain seperti periklanan serta promosi penjualan untuk membantu memperkenalkan produk.