

## ANALISIS PEMASARAN SECARA ONLINE YANG BERDAMPAK PADA PENJUALAN FROZEN FOOD INDAH DI PASAR LEMBANG CILEDUG

Indah Ernawati<sup>1</sup>, Arman Syah<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan  
e-mail: <sup>1</sup> indahernawati35@gmail.com

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan  
e-mail: <sup>2</sup> dosen02017@unpam.ac.id

### Abstract

*Frozen Food Indah Store in Lembang Ciledug Market is a Frozen Food shophouse that does business in the food sector, located in the Lembang Ciledug Market Area. Frozen Food Indah in Lembang Ciledug Market wants to be one of the stores that increases food consumption in Indonesia which makes Frozen Food functional food, to be a bridge from livestock and plantations to consumers (consumers). It is hoped that the mission of Frozen Food to get closer to the residential environment of the community can be an alternative as a staple food to buy quality food. Research Objectives Based on the focus of the research above, the objectives of this study are as follows: To find out the marketing strategy by Frozen Food Indah in Lembang Ciledug Market.. To find out the product innovation carried out by Frozen Food Indah in Lembang Ciledug Market. A brief history of frozen food Indah Dipasar Lembang Ciledug Initially, the stall or frozen food business place Indah Dipasar Lembang Ciledug only provided frozen food or other ordinary frozen food in general. This frozen food place does not only eat frozen food but also various kinds of raw food such as tempeh and tofu and others. Over time, in 2023 after seeing the progress and smoothness of the frozen food and beverage business, it was very productive, as well as the great opportunities and potential, the idea arose from Indah Ernawati to open or frozen food Indah Dipasar Lembang Ciledug which is part of Pasar Lembang Ciledug Tangerang., Also adding new products like shops in general. Many choices of frozen food and the main product that is touted as the mascot of Indah frozen food in Lembang Ciledug Market is frozen food that is comfortable and quality for consumers to buy our products. Not only a choice of various types of frozen food products, Indah frozen food in Lembang Ciledug Market also provides various other types such as meatballs, tempeh, tofu, bean sprouts and many others. This makes more people or consumers interested in coming and buying more at the Indah frozen food place in Lembang Ciledug Market so that currently Indah frozen food in Lembang Ciledug Market always provides the latest and quality services and products.*

### Abstrak

Toko Frozen Food Indah Di Pasar Lembang Ciledug yaitu sebuah ruko Frozen Food yang berbisnis di bidang makanan , yang terletak Daerah Pasar Lembang Ciledug.saya ingin menjadi salah satu Toko yang meningkatkan konsumsi makan di Indonesia yang menjadikan Frozen Food makan fungsional, untuk menjadi jembatan dari perternakan dan kebun untuk di pengkonsumsi (konsumen). Diharapkan misi dari Frozen Food untuk mendekatkan diri dengan lingkungan pemukiman masyarakat dapat menjadi Alternatif sebagai makanan pokok untuk membeli makan yang berkualitas. Tujuan Penelitian Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut: Untuk mengetahui strategi pemasaran oleh Frozen Food Indah Di Pasar Lembang Ciledug.Untuk mengetahui inovasi produk yang dilakukan oleh Frozen Food Indah Di Pasar Lembang Ciledug. Sejarah singkat frozen food Indah Dipasar Lembang Ciledug dengan pemilik yang bernama bu Indah Ernawati ini berawal dari di dirikan

lapak Dipasar Lembang pada tahun 2019 yang dibangun oleh kedua orang tua Indah Ernawati namun owner atau pemilik tempat ini adalah kakak kandung Indah Ernawati, Tempat frozen food ini tidak hanya makan beku saja tetapi ada macam macam makan metah seperti tempe dan tahu dan lain lain. Berjalannya waktu, pada tahun 2023 setelah di lihat adanya kemajuan dan kelancaran bisnis dibidang frozen food and baverage ini sangat menghasilkan, serta adanya peluang serta potensi yang besar, Juga menambahkan produk produk baru layaknya toko – toko pada umumnya. Banyak pilihan frozen food dan produk utama yang di gadang gadang sebagai maskot dari frozen food Indah Dipasar Lembang Ciledug adalah frozen food yang nyaman dan berkualitas bagi konsumen membeli produk kita. Tak hanya pilihan berbagai jenis produk frozen food, frozen food Indah Di Pasar Lembang Ciledug ini juga menyediakan macam macam jenis lain seperti bakso tempe tahu toge dan masih banyak lainnya. Hal yang membuat lebih banyak lagi minat masyarakat atau konsumen untuk datang dan membeli lebih banyak lagi di tempat frozen food Indah Dipasar Lembang Ciledug sehingga saat ini frozen food Indah Dipasar Lembang Ciledug selalu kasih pelayanan dan produk terbaru dan berkualitas.

Keyword : Analisis Pemasaran; Pemasaran Online

## **1. PENDAHULUAN**

Frozen food menjadi makan yang familiar di seluruh dunia. Dari sinilah muncul istilah frozen food yang mengacu kepada makanan beku. Frozen food adalah makan makanan yang dibekukan, proses mengawetkan.

Produk makanan dengan cara mengubah hampir seluruh kandungan air dalam produk menjadi es. Keadaan beku menyebabkan aktivitas mikrobiologi dan enzim terhambat sehingga daya simpan produk menjadi panjang. Produk pangan yang dibekukan tetap mempunyai batas waktu simpan atau daya simpan. Pada jangka waktu tertentu produk masih bisa diterima, entah itu warna, rasa, tekstur, dan bentuknya. Perkembangan frozen food seperti sekarang ini yaitu restoran informal yang menyediakan beberapa makanan ringan, miunan dan menyediakan berbagai makanan beku untuk masak simpel dan tidak harus ribet keran tinggal digoreng, bisa dibeli pasarterdekat. Konsep tersebut sudah berbeda dengan makanan lain harus di bumbu dahuluyaitu tidak perlu karena sudah ada rasa didalam kemasan.

Seiring berjalannya waktu pelaku bisnis di bidang frozen food ini semakin bertambah dan berkembang sehingga mengakibatkan banyak didirikannya toko frozen food Indah di Pasar Ciledug . Jumlah Toko di Pasar Ciledug hingga saat ini terus bertambah sehingga menimbulkan persaingan yang semakin ketat, karena konsumen frozen food memiliki minat dan pilihan yang beragam untuk memenuhi keinginannya. Apalagi konsumen frozen food memiliki selera dan pilihan yang beragam untuk memenuhi keinginannya

dalam menikmati makan cepat saji Sehingga tidak heran apabila banyak frozen Food Di Pasar Lembang Ciledug mengalami instabilitas dalam penjualannya, bahkan mengalami kebangkrutan bagi mereka yang tidak sanggup bersaing.

Makan secepat saji ini belakangan ini di Indonesia sedang booming. Frozen food sendiri adalah jenis makan tinggal goreng atau di hangatkan yang sudah dikenal masyarakat. Frozen Food biasanya menjadi makanan wajib bagi para anak anak atau dewasa kini Frozen Food juga sudah menjadi makan favorit kaum muda mudi. Saat ini, sudah banyak ditemui pasar pasar atau supermarket. Frozen Food sepertinya berlomba untuk menawarkan cita rasa makanan dari berbagai daging pilih dan macam makan ada di Toko Frozen Food Indah yang ada Di Pasar Lembang Ciledug.

Hal tersebut di buktikan dengan penjualan ritel Frozen Food Indah Di Pasar Lembang siap makan di Indonesia selalu meningkat sejak 2016 hingga 2024. Berdasarkan data yang di dapat dari riset Euromonitor Passport (2019) Frozen Food ada berapa macam macam daging olahan seperti nugget sosis dan bakso dalam Setyawan (2021) pada tahun 2019 penjualan Frozen Food di Indonesia mencapai 50 juta kg dan pada tahun 2020 mencapai 20 juta kg Toko Frozen Food Indah Di Pasar Lembang Ciledug yaitu sebuah ruko Frozen Food yang berbisnis di bidang makanan yang terletak di daerah Pasar Lembang Ciledug. Hadir ditengah pemukiman masyarakat sebagai sebuah pasar yang menfokuskan utamanya menjual bahan baku makan dan beberapa minuman yang makanan

ringan. Dengan hadirnya Frozen Food Indah Di Pasar Lembang Ciledug.

Permudah pelanggan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Tumbuhnya Frozen Food Indah Di Pasar Lembang Ciledug di sekitar pemukiman yang ramai masyarakat, diharapkan terbentuk sebuah rutinitas dan kultur baru dalam menikmati Frozen Food di lingkungan kita. Sehingga menikmati frozen food tidak lagi hanya di anggap cemilan sudah banyak menjadi makanan pokok, karena menikmati makan Frozen Food tidak hanya dirumah saja bisa jadi kaffe kaffe sebagai cemilan dapat mengeratkan hubungan masyarakat yang akan timbul saat mereka berbincang hangat dan makan minum bersama. 100% kenikmatan Frozen Food berbahan tumbuhan berasal dari petani, daging pilihan yang diolah menjadi Frozen Food, Pasar dan dirumah, dan juga beberapa orang disekitar.

Frozen Food Indah di Pasar Lembang Ciledug merupakan salah satu toko Frozen Food yang menyajikannya dengan produk produk nugget sosis dan bakso, dengan tempat yang tidak terlalu besar namun sangat nyaman. Dengan kejamin kebersihan yang rapih yang esthetic berhubungan dengan suasana sekitarnya.

Dengan harga yang standard dan rasa yang intens dilidah masyarakat membuat Frozen Food dipilih oleh konsumennya yang loyal dengan menu best seller nya yaitu nugget sosis dan bakso, dimana nugget sosis dan bakso ini dengan rasa yang melekat dan dapat bertahan beberapa waktu yang dapat dibilang lama jika di letakan di dalam Freezer.

Frozen Food Indah Di Pasar Lembang Ciledug ingin menjadi salah satu Toko yang meningkatkan konsumsi makan di Indonesia yang menjadikan Frozen Food makan fungsional, untuk menjadi jembatan dari perternakan dan kebun untuk di pengkonsumsi (konsumen). Diharapkan misi dari Frozen Food untuk mendekati diri dengan lingkungan pemukiman masyarakat dapat menjadi

Alternatif sebagai makanan pokok untuk membeli makan yang berkualitas.

Kegiatan pemasaran yang di lakukan aq sudah mendapatkan triggers atau pemicu sehingga banyak orang yang membicarakan dan mendapat customer experience yang positif, dengan menggunakan media, baik media offline maupun online. Ketatnya persaingan dalam bisnis makan membuat tingkat penjualan dan tingkat konsumen di setiap bidang usaha akan mengalami sebuah kenaikan maupun penurunan dalam penjualannya. Begitu pula yang di alami oleh Frozen Food Indah Di Pasar Lembang Ciledug, dimana saat ini banyak sekali Frozen Food bermunculan, berikut diantaranya:

Tabel 1. 1

Daftar Harga

No	Daftar Menu	Harga
1	Bakso Sapi Rd 25 Butir	15.000
2	Bakso Sapi Kombinasi Isi 50	18.000
3	Bakso Kebon Jeruk Isi 25	15.000
4	Bakso Sapi Warisan Isi 50	15.000
5	Nugget Bartos 250 G	15.000
6	Nugget Chmap 250 G	19.000
7	Nugget Salam 250g	13.000
8	Nugget Hemato 250g	14.000
9	Nugget Chmap Crunchy 250 G	18.000
10	Nugget Asimo 1 Kg	17.000
11	Sosis Champ 375g	18.000
12	Bakso Sapi Rd Isi 25	15.000
13	Sosis Champ Jumbo 500 G	18.000
14	Risol Bihun Basah Isi 20	14.000
15	Kikil Sapi Tipis 1/2 Kg	15.000
16	Kikil Sapi Bakar 1/2 Kg	15.000
17	Toge 1 Kg	12.000
18	Telur Asin Isi 5	17.000
19	Otak Otak Athien Super	15.000
20	Otak Otak Minaku 500 G	19.000
21	Mie Kuning Basah 1 Kg	13.000
22	Lumpia Isi 100	15.000
23	Jamur Tiram 1/2 Kg	15.000
24	Ocom	13.000
25	Toge Kecambah 1/2 Kg	13.000
26	Toge Kedelei 1/2 Kg	13.000
27	Tahu Bakso Isi 10	13.000
28	Sosis Geboy Isi 23	13.000
29	Bakso Ikan Isi 20	15.000
30	Jamur Kuping 1kg	18.000
31	Santan Kara Isi 3	10.000
32	Royco Ayam 220gr	12.000
33	Kulit Pangsit Isi 100	15.000

Sumber: toko frozen food indah

Tabel 1. 2

Daftar Toko Frozen Food Di Pasar Lembang

No	FROZEN FOOD	RATING
1	Toko Adi	4,6
2	Toko Nilam	4,6
3	Toko Yanto	4,5
4	Toko Rizki	4,7
5	Toko Dardon	4,7
6	Toko Yanti	4,3
7	Toko Wanti	4,6
8	Toko Oji	4,4

Sumber : Toko Frozen food Indah Dipasar Lembang.

Berdasarkan tabel tersebut, tampak bahwa pesaing Frozen Food Indah Di Pasar Lembang Ciledug cukup banyak dan penurunan bisa

disebabkan oleh dampak keragaman menu dan kualitas yang ditawarkan Frozen Food lain. Berikut data penjualan Frozen Food di Toko Indah Di Pasar Lembang Ciledug pada 2019-2023

Tabel 1. 3

Data Penjualan Frozen Food Indah Di pasar Lembang Ciledug

NO	Tahun	Jumlah Penjualan	Target/Tahun	Presentase
1	2021	Rp. 468.173.500	Rp.440.000.000	106.40%
2	2022	Rp. 288.360.000	Rp.450.000.000	64.08%
3	2023	Rp.396.512.500	Rp.440.000.000	90.12%

Berdasarkan data di atas yang saya dapatkan melalui wawancara dengan pemilik dan beberapa karyawan yang berada di Frozen Food Indah Di Pasar Lembang Ciledug, bahwa laporan penjualan disepanjang 2019-2024 Frozen Food Indah Di Pasar Lembang Ciledug mengalami penurunan penjualan karena dampak pandemik dan munculnya beberapa pesaing baru dalam bidang bisnis yang sama. Namun, dengan bekerjasama menggunakan penjualan online Frozen Food Indah Di Pasar Lembang Ciledug sangatlah terbantu dalam penjualannya, selain itu juga banyak dari pelanggan atau konsumen sudah loyal dengan toko makan yang satu ini

## 2. PENELITIAN YANG TERKAIT

Sulistiyani dan pratama jurnal pemasaran ISSN vol. 5 no.1 Oktober2021 Analisis strategi pemasaran Umkm di Era industri Hasil penelitianini menunjukkanbahwa strategi tepat yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan adalah: memperbanyak media promosi menambah jumlah produk Frozen Food, menggunakan berbagai jasa pengiriman barang, aktif melakukan promosi dengan prinsip ‘makanan enak, non MSG’ untuk meningkatkan minat kosumen untuk membeli.

Made resta handikadan Gede sri darma jurnal bisnis dan manajemen ISSN: 1829-8486 Vol 15,no.2, april2018 Strategi pemasaran bisnis kuliner menggunakan influencer melalui media social instagramDengan menggunakan social media marketing khususnya Instagram bisa lebih menekan cost dalam pembiayaan marketing.

Ariwibow, M. vol. 2, N o.2, April 2019 e- ISSN 2621-3389p-ISSN 2615-3009 Strategi emasaran Lembaga Pendidikan Tinggi swasta Hasil dari studi menunjukkan bahwa demografi responden mempengaruhi keakuratan pemasaran strategi yang digunakan.

Diana fitri Kusumadan Mohamad Syahrir sugandi jurnal Manajemen komunikasi Vol 3, no.1, oktober 2018 Strategi pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh dino donuts Pelaksanaan pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh dino dontus adalah dengan melakukan aktivitas social media maintenance yang memanfaatkan fitur foto dan video, comment untuk berinteraksi caption untuk pesan, dan location, hashtag, tagging serta instagram ads untuk membantu penyebaran informasi.

Khabib Alia Akhmad ISSN: 2086-9436 vol 9 no 1 September 2015 Pemanfaatan Media social bagi pengembangan pemasaran UMKM Para pemilik atau pengelola dilapak untuk lebih meningkatkan pemanfaatan media social yang telah ada karena tidak memerlukan biaya yang besar. Konten- konten dari media social yang disampaikan lewat media social untuk lebih interaktif agar memudahkan para konsumen memahami produk yang dimiliki oleh lapak/tempat. Memanfaatkan media-media social lainnya, selain yang sudahdimiliki untuk lebih memperluas cara-cara pemasaran melalui media sosial.

## 3. METODOLOGI PENELITIAN

### a. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data "kasar" yang muncul dari catatan-catatan tertulis dilapangan. Reduksi data bukanlah suatu hal yang terpisah dari analisis. Ia merupakan bagian dari analisis. Pilihan- pilihan peneliti tentang bagian data mana yang dikode, mana yang dibuang pola-pola mana yang meringkas sejumlah bagian yang tersebar, cerita-cerita apa yang sedang berkembang, semuanya itu merupakan pilihan-pilihan. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan- kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi..

b. Penyajian Data

Menurut Miles dan Huberman, alur penting yang kedua dari kegiatan analisis adalah penyajian data. "penyajian" maksudnya sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan nya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian yang paling sering digunakan pada data kualitatif pada masa yang lalu adalah bentuk teks naratif. Dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti yakin bahwa penyajian-penyajian yang lebih baik merupakan suatu cara utama bagi analisis kualitatif yang valid. Adapun bentuk penyajian data kualitatif berupa teks narasi (berbentuk catatan lapangan), matriks, grafik, jaringan, dan bagan. Semuanya dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih, dengan demikian seorang penganalisis dapat melihat apa yang sedang terjadi, dan menentukan apakah menarik kesimpulan benar ataukah terus melangkah melakukan analisis yang menurut saran yang dikisahkan oleh penyaji sebagai sesuatu yang mungkin berguna.

c. Penarikan Kesimpulan

Dari pengumpulan data selanjutnya peneliti mulai mencari makna dari data- data yang diperoleh di lapangan, mencatat keteraturan atau pola penjelasan konfigurasi yang mungkin ada. Setiap kesimpulan yang ditetapkan terus menerus di verifikasi hingga diperoleh kesimpulan yang valid. Telah ditemukan tiga hal utama yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi sebagai sesuatu yang jalin-menjalin pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk sejajar, untuk membangun wawasan umum yang disebut " analisis".

d. Pemeriksaan Keabsahan Data

Pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi beberapa pengujian. Pada peneliti ini, peneliti menggunakan uji credibility (validitas interval) atau uji kepercayaan terhadap hasil penelitian. Uji keabsahan data ini diperlukan untuk menentukan valid atau tidaknya suatu temuan

atau data yang dilaporkan peneliti dengan apa yang terjadi sesungguhnya dilapangan.

Menurut Sugiyono (2017:368), "uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan, ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif dan member check"

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 4. 3

Data Informan Hasil Wawancara Dengan Key Informan Feri Hariyanto

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Strategi pemasaran seperti apayang diterapkan oleh frozen food Indah untuk dapat bersaing?	Menjaga produk yang dapat diterima oleh orang, karena dengan produk yang sudah dapat diterima frozen food Indah tidak terlalu mengejar promosi untuk mencari konsumen dengan sebaliknya maka konsumen yang akan mencarinya.
2	Bagaimana cara frozen food merekrut karyawan, apakah harus memiliki basic yang sesuai dengan bidangnya? Dan apakah pelayanan yang diberikan dapat diterima oleh konsumen?	Frozen food indah merekrut karyawan tidak harus orang yang memiliki keahlian dalam bidang frozen food, namun frozen food Indah ingin menciptakan karyawan yang ingin belajar dan bekerja untuk mengetahui bidang penjualan frozen food itu seperti apa dan bagaimana. Dan pelayanan yang kami berikan cukup untuk dapat diterima oleh orang.
3	Apakah harga yang diterapkansudah dapat bersaing dengan Toko frozen food lain?	Frozen food indah memberikan harga diatas lebih mahal dengan pesaing yaitu Rp.19.000 dan itu standar harga yang kami berikan namun dapat diterima oleh konsumen.
4	Menurut anda kualitas menu favorit yang diberikan oleh frozen food indah dapat bersaing dengan frozen food kekinian?	Ya. Karena frozen food memiliki kualitas produk yang baik dimana rasanya yang masih fresh, berbeda dengan frozen food kekinian yang kualitas nya kurang baik itu hanya bertahan untuk beberapa jam kedepan.
5	Promosi seperti apa yang diberikan untuk konsumen?	Frozen food Indah adalah salah satu frozen food yang hingga saat ini belum pernah memberikan promosi, namun masih tetap dicari oleh konsumen

Sumber : data informan hasil wawancara dengan Feri Hariyanto

Berdasarkan hasil penelitian diatas penulis dilapangan, maka penulis dapat mendeskripsikan pendapat key informan sebagai berikut: "Menciptakan cita rasa yang dapat diterima oleh orang, dan menjaganya agar tidak merubah ciri khas nya agar konsumen tetap loyal dengan frozen food Dipasar Lembang Ciledug. Toko frozen food di Pasar Lembang Ciledug ini tidak pernah memberikan promosi tetapi konsumen masih tetap loyal karena kualitas produk dan pelayanan yang diberikan sangatlah baik".

Dapat diketahui bahwa proses yang dilakukan oleh Toko frozen food Di Pasar Lembang Ciledug sudah cukup baik dan memberikan kepada target pasarnya yang

dapat diterima secara baik pula, dengan menciptakan karyawan yang terlatih. Sampai saat ini frozen food Di Pasar Lembang Ciledug dapat bertahan dan dapat meningkatkan lagi penjualannya.

Tabel 4. 4

Data Informan Hasil Wawancara Dengan Key Informan Ibu Kasmiah

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh frozen food Indah menurut anda?	Memberikan apa yang dicari oleh konsumen, dan seperti memberikan penjelasan dengan apa yang disetiap pemesanannya akan dijelaskan komposisi produk tersebut
2	Apakah harga yang diterapkan oleh frozen food indah udah dapat diterima oleh target pasarnya?	Menurut saya harga yang diterapkan cukuplah untuk target pasar frozen food indah , karena harga itu dapat dijangkau di semua kalangan
3	Bagaimana frozen food Indah dapat bersaing dengan frozen food lainnya?	Frozen food Indah bersaing dengan kualitas pelayanannya andalan karena memiliki ciri khas nya dengan ramah dengan pelanggan.
4	Apakah frozen food sudah mengembangkan produknya untuk dapat bersaing dengan pesaing-pesaing nya?	Iya kita dalam 5 tahun akan ada pengembangan produk dengan mencari produk terbaru lagi, dengan apa yang akan diincar oleh pasar.
5	Promosi seperti apa yang diberikan untuk konsumen?	Promosi yang kita berikan itu hanya diberikan kepada kosumen belanja dengan banyak gratis ongkir

Berdasarkan hasil penelitian diatas penulis dilapangan, maka penulis dapat mendeskripsikan pendapat Key informan sebagai berikut:

"Memberikan produk yang berbeda dengan frozen food Dipasar Lembang Ciledug lain karena frozen food Indah Dipasar Lembang Ciledug memiliki ciri khasnya tersendiri, dengan harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan. Tidak hanya frozen food Indah Dipasar Lembang Ciledug juga selalu melakukan inovasi- inovasi terhadap makanan dan minuman yang di jual dengan mengembangkan produk yang baru yang unik, dan rutin secara berkala menambahkan pilihan menu baru. Untuk mempromosikannya frozen food Indah Dipasar Lembang Ciledug memberikan di dalam bentuk kerjasama dengan gratis ongkir.

Dengan penelitian diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa frozen food Indah Dipasar Lembang Ciledug memiliki produk yang diterima oleh konsumennya, karena sesuai denganartinya mensentosakan orang-orang, dengan harga yang terjangkau Frozen food Indah Dipasar Lembang Ciledug memiliki banyak peluang untuk dapat mengembangkan produk-produk lagi,

mempromosikan melalui sosial media memberikan promosi melalui gratis ongkir untuk dapat bersaing dengan pesaing lainnya.

Tabel 4. 5

Data Informan Hasil Wawancara Dengan Focuss Group Discussion (FGD)

Pertanyaan 1 : Bagaimana Sudut Pandang Anda Terhadap Frozen Food Indah	
Bu kasmiah	Tau karena toko frozen food Indah cukup murah , segi tempatnya sangat bersih, strategis, barang berkualitas jadi tidak heran jika ramai pembeli
Bu kasmiah	Salah satu frozen food Indah di pasar lembang yang baik ditengah-tengah lingkungan yang pesat. Saling kenal dengan salah satu pemiliknya.
Bu kasmiah	Tempatnya yang strategis, dapat dijangkau karena berada diwilayah Tangerang kota dekat dengan sekolahhank saya jadi bisa sekalian belanja keperluan sehari hari.
Bu kasmiah	Lokasi yang strategis, namun fasilitasnya kurang menampung untuk banyak orang.
Bu kasmiah	Pada dasarnya frozen food indah, sama seperti yang lainnya namun memiliki ciri khas yang cukup unik.
Bu kasmiah	Tempat cukup bersih dan barang barunya selalu fresh dan banyak pilihannya.
Bu kasmiah	Salah satu tempat yang banyak digemari ibu ibu dan bisa dijual belikan di Pasar Lembang Tangerang kota karena banyak pilihan macam produk.
Bu kasmiah	Tempat dimana yang pas untuk beli frozen food , dan membuat konsumen untuk kembali datang karena lebih murah.

Pertanyaan 2: Apakah Pelayanan Yang Diberikan Frozen food Indah Di Pasar Lembang Ciledug Cukup Memuaskan?

Bu kasmiah	Dalam segi pelayanan sudah baik dan cepat, dari awal mula masuk dan akan meninggalkan tempatnya kita akan ada sapaan.
Bu kasmiah	Sangat memuaskan karena mereka sangat ramah dan sopan.
Bu kasmiah	Pelayanan sangat ramah dan cepat.
Bu kasmiah	Seperti pada umumnya penjual sangat ramah dan cepat tanggap.
Bu kasmiah	Cukup puas dalam pelayanannya.
Bu kasmiah	Sudah memuaskan.
Bu kasmiah	Pelayanannya yang diberikan penjualnya sangat memuaskan, ramah
Bu kasmiah	Sangat memuaskan, rasa ingin kembali lagi karena penjualnya ramah dengan konsumen kenal maupun tidak kenal

Pertanyaan 3: Harga Yang Diberikan Apakah Standar Pada Kalangan Anda

Bu kasmiah	Dengan lokasi yang strategis di pasar lembang sangatlah standar dengan varian menu yang ditawarkan.
Bu kasmiah	Untuk harga sesuai dengan lokasi dan kualitas produknya.
Bu kasmiah	Harga sesuai standar dengan frozen food lainnya.
Bu kasmiah	Dengan wilayah tangerang kota cukup standar harganya.
Bu kasmiah	Harga standar, sesuai dengan tempat Frozen food lainnya.
Bu kasmiah	Harganya cocok dengan produknya.
Bu kasmiah	Cukup hemat, dengan harga yang terjangkau sebanding dengan kualitas dan cita rasanya.
Bu kasmiah	Harganya cocok untuk kualitas bagus.

Pertanyaan 4: Apakah <i>Frozen Food</i> Indah Dipasar Lembang Ciledug Memberikan Promosi, Promosi Apa Yang Sudah Diberikan Kepada Konsumennya?	
Bu kasmiah	Tidak memberikan promosi, untuk menarik pelanggan coba untuk berikan promosi buy 2 get 1
Bu kasmiah	Promosi dari cara kerja managemennya bagus, ia membentuk pembelian banyak dapat potong harga itu sudah sangat menarik para customer.
Bu kasmiah	Frozen food indah, tidak memberikan promosi.
Bu kasmiah	Tidak ada promosi, <i>frozen food</i> Indah bisa memberikan promosi dengan penggabungan menu makan beku dengan yang bukan makan beku lainnya seperti tempe tahu.
Bu kasmiah	<i>Frozen food</i> Indah tidak memberikan promosi.
Bu kasmiah	Yang saya tau promosinya pembelian banyak dapat potongan harga.
Bu kasmiah	<i>Frozen food</i> Indah hanya memberikan promosi melalui pembelian ditempat secara langsung.
Bu kasmiah	Promo yang diberikan hanya melalui gratis ongkir
Pertanyaan 5: Apakah Lokasi <i>Frozen Food</i> Indah Dipasar Lembang Ciledug ? Bagaimana Menurut Anda Dengan Produk Yang Ditawarkan?	
Bu kasmiah	Untuk tempat sudah strategis namun kurang untuk tempat lokasi parkir kendaraannya. Rasa tidak kalah dengan yang lainnya.
Bu kasmiah	Sangat strategis, dapat banget kenyamanannya, untuk deep talknya enak tempatnya. Ditambah lagi dekat dengan ikan dan ayam.
Bu kasmiah	Tempat yang nyaman, strategis. Produknya cukup bersaing dengan <i>frozen food</i> Indah lainnya.
Bu kasmiah	Agak terganggu dengan bisingsnya mesin kelapa. Cukup bagus produk yang ditawarkannya.
Bu kasmiah	Lokasi terjangkau mudah diakses kendaraan motor.
Bu kasmiah	Perbanyak produk menu <i>frozen food</i> maupun yang tidak mengandung <i>frozen food</i> .
Bu kasmiah	Strategis, mudah dicari, bagian outdoor sangat berisik dengan mesin kelapa . Banyak memiliki produk <i>frozen food</i>
Bu kasmiah	Dapat dijangkau, menunya juga banyak.

Berdasarkan hasil penelitian diatas penulis dapat menyimpulkan pendapat

FGD sebagai berikut:

Toko frozen food Indah Di Pasar Lembang Ciledug sudah cukup banyak Dikenal oleh orang-orang, dengan lokasi yang strategis ditengah-tengah pesatnya Tangerang kota. Pelayanannya sangat ramah dan cepat banyak orang sangat puas, Harganya terjangkau oleh itu dan membuat orang ingin kembali lagi, tempat yang nyaman untuk membeli produk sehari hari.

Harga lebih murah dan produk berkualitas . Namun ada yang perlu

ditambahkan lagi dengan non frozen food seperti bumbu masakan sudah jadi , dan lokasi parkir kendaraan kurang memadai

Tabel 4. 6  
 Matriks SWOT

IFAS (internal faktor Analisis Strategy)	STRENGTH (s) Kekuatan internal	WEAKNESS (W) Kelemahan internal
EFAS (eksternal Faktor analisis Strategy )	1. memberikan harga yang bersaing 2. pelayanan yang baik agar konsumen nyaman 3. menetapkan produk yang berkualitas.	1. kurangnya makanan non frozen food 2. lahan tempat 3. kurangnya pegawai.
OPPORTUNITIES (O) Peluang Eksternal	STRATEGI (SO) 1. Mendukung cabang	STRATEGI (WO)S 1. Rentan pada lokasi yang
1. lokasi strategis 2. memiliki cita rasa best seller yang berbeda 3. Akses jalannya mudah	mendekatkan ke konsumen 2. Menambah inovasi produk lagi yang lebih baik	lebih dikenal 2. Promosi harus lebih bagus lagi supaya dapat meningkatkan peminat
TREATH (T) Ancaman eksternal	STRATEGI (ST) 1. Menetapkan kualitas rasa pada produknya 2. Berinovasi untuk memperkenalkan produk yang dapat bersaing lagi di pasaran.	STRATEGI (WE) 1. Mencari tempat yang mudah diakses, dapat menampung lebih banyak orang lagi 2. Perkenalkan produk dipasar yang luas dalam bentuk promosi
1. Banyak bermunculan pesaing baru Produk yang ditawarkan pasar lebih kekinian. 2. Produk pesaing memiliki promosi pembelian secara offline dan online.		

Sumber: pengolahan data Toko *Frozen food* 2024 oleh peneliti.

Tahap analisis dilakukan dengan membuat matrik IFAS (Internal Strategy Factors Analysis Summary) dan matrik EFAS (Eksternal Strategy Factors Analysis Summary). Matrik IFAS disusun berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan, sedangkan matrik EFAS disusun berdasarkan peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan. Setelah diketahui nilai dari matrik IFAS dan matrik EFAS, maka tahap selanjutnya adalah melihat posisi perusahaan berdasarkan nilai matrik IFAS dan matrik EFAS pada matrik IE (Internal Estermal) yang digunakan untuk menentukan strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan. Semua variabel dalam penelitian ini dapat membantu dalam melakukan reformulasi strategi. Matrik IE membantu dalam hal analisis lebih lanjut. Sebelum membuat matrik IE, terlebih dahulu dilakukan analisis SWOT yang hasilnya dirangkum dalam tabel EFAS dan IFAS. Sebelum membuat matrik IE, terlebih dahulu dilakukan

analisis SWOT yang hasilnya dirangkum dalam tabel EFAS dan IFAS. Penerapan analisis SWOT dilakukan dengan mempertimbangkan kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) sebagai faktor internal serta peluang (opportunity) dan ancaman (threat) sebagai faktor eksternal yang dimiliki Frozen Food Indah Dipasar Lembang Ciledug

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan analisis dari penelitian yang telah dilakukan maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa:

- a. Strategi pemasaran yang dilaksanakan oleh Toko frozen food Indah saat ini pemasaran online pelaku usaha dalam menawarkan produk dapat menjangkau semua wilayah dan bisa meningkatkan penjualan serta pendapatan namun hanya wilayah terdekat di karena kan makan beku hanya kuat 4 jam di luar chiler
- b. frozen food Indah Di Pasar Lembang Ciledug memiliki inovasi produk yang mampu diterima target pasarnya, frozen food Indah Di Pasar Lembang Ciledug juga akan mengembangkan produk yang lebih banyak lagi yang akan menjadi incaran pasar kedepannya.
- c. Dalam penetapan harga frozen food Indah Di Pasar Lembang Ciledug cukup terjangkau harga dan kualitas barang, jika kita membeli barang atau produk secara langsung mengurangi risiko penipuan terhadap barang palsu atau kualitas barang kurang bagus dan tingkatkan complain yang lebih rendah , perlunya kesabaran dalam menghadapi pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alma, B. (2007). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta.
- [2] Alma, B. (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta.
- [3] Aris Ariyanto, D. (2021). Strategi Pemasaran UMKM di masa Pandemi. 8.
- [4] Assauri, S. (2011). Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi. PT. Bandung: CV. Alfabeta
- [5] Buchari Alma. (2014). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi.
- [6] Candra Wijaya, M. R. (2016). Dasar-Dasar Manajemen. Perdana Mulya Sarana.
- [7] Firmansyah, Anang. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy).
- [8] Freddy Rangkuti, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013).
- [9] Griffin, R. W. (2016). Management 12th. Cengage Learning.
- [10] Gunawan, Imam. (2013), METODE PENELITIAN KUALITATIF: Teori dan
- [11] Hurriyati Ratih. 2013. Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen Bandung: Alfabeta
- [12] Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane, (2012), Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- [13] Keller, K. dan. (2009). Manajemen. Erlangga.
- [14] Kurniawan, K. (2020). Pengertian Strategi Pemasaran Menurut Ahli. Nurdiansyah, Haris, & Rahman, R. S. (2019). Pengantar Manajemen. 3. Phillip Kotler, G. A. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Erlangga.
- [15] Phillip Kotler, K. L. K. (2007). Manajemen Pemasaran. PT Indeks.
- [16] Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- [17] Suprihanto, J. (2014). Manajemen. Universitas Gadjah Mada. Surabaya: CV Qiara Media.
- [18] Afriyanti, S., & Rasmikayati, E. (2017). Studi Strategi Pemasaran Terbaik Berdasarkan Perilaku Konsumen dalam Menghadapi Persaingan Antar frozen food di tangerang. Jurnal Manajemen dan Bisnis (Performa)(2),
- [19] Agustina, M., dkk (2021). Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Dusun Gunung Batu, Lampung. Jurnal Manajemen dan Bisnis.
- [20] Cahya D., A dan dkk., (2021). Memanfaatkan Marketplace Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan di Tengah Pandemi Covid-19. Scientific Journal of Reflection.
- [21] Diana Fitri Kusuma, Mohamad Syahriar Sugandi (2018). Strategi Pemanfaatan
- [22] Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan
- [23] Made Resta Handika, Gede Sri Darma (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. Jurnal Bisnis dan Manajemen. Universitas Pendidikan Nasional.
- [24] Rasmikayati, E., dkk. (2017). Kajian Sikap dan Perilaku Konsumen dalam Pembelian frozen food Serta Pendapatnya Terhadap Varian Produk dan Potensi Kedainya. Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis, 3(2), 117-133.

- [20] Saefudin, B.R., dkk. (2020). Kajian Perbandingan Preferensi Konsumen pada dua frozen food ditangerang, tangerang kota. *AGROVITAL: Jurnal Ilmu Pertanian*, 5(1), 39-46.
- [21] Sulistiyani, Pratama A. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Umkm di Era Industri. *Tangerang: Jurnal Pemasaran*.
- [22] Tangerang: Jurnal Pemasaran.
- [23] Wulansari, Retno. (2019). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Boga Sejahtera Di Cikarang. *Jurnal Ekonomi Efektif Universitas Pamulang*, 1 (4), 2622-8882.