

Analisis Model Promosi : Brosur, Pameran, *Testfood* Dalam Rangka
Peningkatan Penjualan Dan Penghematan Biaya Promosi Pada Jatiroso
Catering Di Kota Sidoarjo

Oleh :

LINA ANDRIANI

NIM : 15310450

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MAHARDHIKA SURABAYA

Abstrak ; Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi brosur (X_1), promosi pameran (X_2), promosi *testfood* (X_3), terhadap peningkatan penjualan dan penghematan biaya promosi Jatiroso *Catering* di kota Sidoarjo . Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah pengguna jasa Jatiroso *Catering*. Sampel penelitian diambil sebanyak 65 responden dengan teknik *solvin*. Data diambil melalui kuesioner. Analisis data penelitian ini menggunakan metode analisis jalur (*Path Analysis*). Dari perhitungan analisis jalur dengan SPSS diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa variabel promosi brosur (X_1) berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan dengan nilai Sig 0,038. Variabel promosi pameran (X_2) berpengaruh signifikan terhadap penghematan biaya promosi dengan nilai Sig 0,000.

Kata kunci : **promosi brosur, promosi pameran, promosi *testfood*, peningkatan penjualan, penghematan biaya promosi.**

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di era globalisasi ini meningkatnya pertumbuhan penduduk yang ada di Indonesia telah memacu adanya perkembangan kebutuhan yang potensial. Peningkatan kebutuhan masyarakat pada saat ini juga sangat berkaitan pula dengan bagaimana masyarakat memenuhi kebutuhan tersebut. Pola kehidupan masyarakat modern yang cenderung cukup dinamis dan dipenuhi dengan aktivitas yang padat, menuntut mereka untuk melakukan segala sesuatu secara lebih cepat sehingga hal ini berdampak pula pada pemenuhan segala kebutuhan hidup mereka. Mereka perlu sesuatu yang lebih praktis, fleksibel dan dengan

variasi yang cukup banyak dalam hal pemenuhan kebutuhan sekunder, tersier bahkan kebutuhan primer yang seharusnya mereka penuhi sehari - hari.

Salah satu pemenuhan kebutuhan yang tidak dapat dihindarkan dalam kehidupan kita adalah kebutuhan untuk makan. Dengan besarnya pemenuhan kebutuhan akan makanan ini menjadikan industri makanan menjadi salah satu industri yang paling prospektif di Indonesia bahkan di dunia. Industri ini merupakan industri yang tak akan lekang dimakan oleh waktu dikarenakan sifatnya yang primer. Pasar penyedia makanan di Indonesia saat ini berkembang begitu pesat, ditandai dengan meningkatnya jumlah produsen yang bergerak dibidang makanan dan diikuti dengan banyaknya variasi menu yang ditawarkan oleh produsen dengan keunikan yang disuguhkan oleh masing – masing produsen. Keadaan ini mendorong masyarakat modern untuk lebih selektif dalam memilih produk jasa yang sesuai dengan kebutuhannya ditengah aktivitas mereka yang semakin padat dan banyak menghabiskan waktu diluar rumah. Pesatnya industri tersebut juga menggairahkan minat pengusaha untuk menggarap bisnis dibidang kuliner, bukan hanya restoran, warung, kedai, dan kafe saja yang bermunculan, namun bisnis rumahan seperti *catering* juga menjadi bisnis yang banyak dilirik oleh banyak pebisnis.

Pada suatu produk jasa kuliner untuk meningkatkan kepercayaan terhadap suatu produk yang dijualnya mereka perlu menginformasikan berbagai kelebihan, Jatiroso berusaha memberikan banyak kemudahan dalam penawaran produk jasa yang mereka miliki. Selain berbagai bentuk insentif yang ditawarkan berupa potongan harga, premi dan sampel produk, terdapat pula variabel yang ditingkatkan dalam bauran pemasaran yang lain, yaitu dari segi produk. Jatiroso memberikan pilihan berbagai menu pilihan yang bervariasi yang bisa dengan mudah dipilih konsumen, setidaknya mereka memiliki 436 macam menu

makanan dan minuman dari berbagai daerah di Indonesia dan mancanegara. Selain variabel yang telah disebutkan, terdapat variabel lain yang mampu meningkatkan kepercayaan produk yaitu dengan memberikan kemudahan dalam metode pembayaran. Jatiroso menggunakan pilihan pembayaran dengan cara tunai maupun *e-banking*. Pembayaran dengan *e-banking* ditawarkan bagi calon konsumen sebagai bentuk kemudahan bertransaksi bagi konsumen yang memiliki keterbatasan waktu bertemu, ataupun berdomisili di tempat yang cukup jauh ataupun takut melakukan transaksi tunai dalam jumlah banyak. Dengan berbagai kelebihan dan promosi yang dimiliki, Jatiroso *Catering* berusaha agar konsumen mengenal, mempercayai dan menggunakan jasa Jatiroso sebagai penyedia jasa makanan pada acara calon konsumen Jatiroso *Catering*.

Objek penelitian ini yaitu Jatiroso *Catering* yang bergerak pada penyediaan jasa makanan pesta. Menurut SK menteri kesehatan RI Nomor 715/menkes/sk/V/2003 Jatiroso *Catering* berada dalam usaha jasa makanan golongan A yaitu golongan penyedia jasa makanan yang melayani kebutuhan khusus pesta, acara perusahaan atau kantor dalam skala kecil sedang dengan membidik kegiatan pesta yang menggunakan jamuan makanan. Usaha jasa boga ini melirik mangsa pasar kelas menengah dengan harga buffet minimum yang ditawarkan Rp. 35.000/porsi. Pelayanan katering yang dilakukan antara lain adalah pelayanan katering pesta pernikahan, acara kantor seperti *gathering* dan khitanan. Kegiatan penyediaan jasa berupa penyediaan makanan oleh katering Jatiroso sudah berjalan sejak tahun 2011 di wilayah sekitar Sidoarjo dan membidik konsumen kantor untuk acara khusus. Namun seiring bertambahnya waktu, Jatiroso mulai memiliki banyak konsumen dan mencakup wilayah yang lebih luas dimana sudah mampu melayani pemesanan hingga daerah Surabaya, Gresik, Mojokerto, Malang dan Madura.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas dan dengan

melihat fenomena masalah yang terjadi peneliti tertarik dan termotivasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk menguji “ANALISIS MODEL PROMOSI : BROSUR, PAMERAN, DAN *TESTFOOD* DALAM RANGKA PENINGKATAN PENJUALAN DAN PENGHEMATAN BIAYA PROMOSI PADA JATIROSO *CATERING* DI KOTA SIDOARJO”.

Tujuan Penelitian

Berasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian adalah agar mengerti dan mengetahui lebih spesifik mengenai bentuk-bentuk promosi yang dapat digunakan dan paling efektif, yaitu:

1. Untuk menganalisis promosi brosur berpengaruh pada peningkatan penjualan *Jatiroso Catering*.
2. Untuk menganalisis promosi pameran berpengaruh pada peningkatan penjualan *Jatiroso Catering*.
3. Untuk menganalisis promosi *testfood* berpengaruh pada peningkatan penjualan *Jatiroso Catering*.
4. Untuk menganalisis promosi brosur berpengaruh pada penghemat biaya promosi *Jatiroso Catering*.
5. Untuk menganalisis promosi pameran berpengaruh pada penghemat biaya promosi *Jatiroso Catering*.
6. Untuk menganalisis promosi *testfood* berpengaruh pada penghemat biaya promosi *Jatiroso Catering*.
7. Untuk menganalisis peningkatan penjualan berpengaruh pada penghematan biaya promosi *Jatiroso Catering*.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis bagi Kampus

Penelitian ini diharapkan akan bermanfaat dalam memberikan sumbangan konseptual bagi perkembangan kajian ilmu manajemen, khususnya dalam menghasilkan konsep mengenai pengaruh biaya produksi, biaya pemasaran dan gaji karyawan terhadap hasil penjualan dan nantinya diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan kajian dalam penelitian civitas akademika.

2. Kepentingan praktis bagi Jatiroso Catering

Sebagai evaluasi terhadap kebijakan penjualan yang selama ini diterapkan dan sebagai implikasi lebih lanjut dalam memberikan informasi mengenai bentuk-bentuk promosi yang paling efektif dalam meningkatkan penjualan dan penghematan biaya promosi.

TINJAUAN PUSTAKA

Promosi

Menurut Swasta dan Irawan (2013:349) promosi pada hakikatnya adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang bertujuan mendorong permintaan, yang dimaksud komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan pada produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Brosur

Brosur adalah sebuah alat untuk mempromosikan barang, jasa dan sebagainya, yang mana terbuat dari sebuah kertas yang di dalamnya memiliki sejumlah informasi serta penawaran tentang jasa ataupun produk tersebut. Adapula pengertian yang lain mengenai brosur yakni ialah sebuah alat publikasi yang resmi dari sebuah perusahaan yang mempunyai bentuk cetakan, yang memiliki berbagai informasi tentang sebuah produk , layanan, program dan yang

lainnya, dan ditujukan pada pasar sasaran dan juga sasaran tertentu yang lainnya.

Pameran

Pameran adalah kegiatan dimana perusahaan melakukan pengenalan produk yang sedang dijual dengan menawarkan berbagai jenis produk-produknya menarik dan dengan bonus yang ditawarkan, sehingga dapat menarik berbagai konsumen.

Testfood

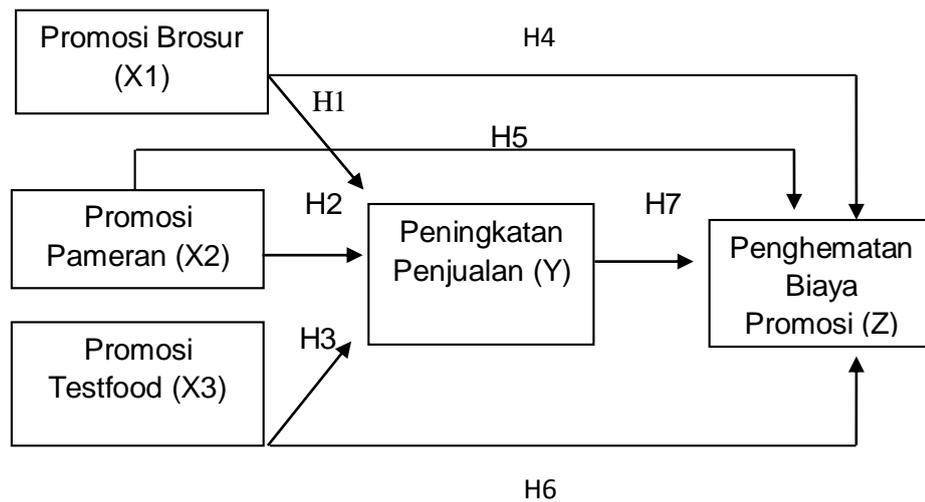
Testfood adalah kegiatan dimana perusahaan melakukan percobaan atau pengicipan makanan yang telah dibuat untuk bisa dinikmati para konsumen yang telah mereservasi tanggal.

Pejualan

Joel G.Siegel dan Joe K Shim yang diterjemahkan oleh Moh. Kurdi (2014:404) berpendapat bahwa penjualan adalah penerimaan yang diperoleh dari pengiriman barang dagangan atau dari penyerahan pelayanan dalam bursa sebagai barang pertimbangan. Pertimbangan ini dapat dalam bentuk tunai peralatan kas atau harta lainnya. Pendapatan dapat diperoleh pada saat penjualan, karena terjadi pertukaran, harga jual dapat ditetapkan dan bebannya diketahui.

Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian diatas maka kerangka konseptual penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Hipotesis

1. H_1 : Promosi brosur berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada Jatiroso *Catering* di kota Sidoarjo.
2. H_2 : Promosi pameran berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada Jatiroso *Catering* di kota Sidoarjo.
3. H_3 : Promosi testfood berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada Jatiroso *Catering* di kota Sidoarjo.
4. H_4 : Promosi brosur berpengaruh terhadap penghematan biaya promosi pada Jatiroso *Catering* di kota Sidoarjo.
5. H_5 : Promosi pameran berpengaruh terhadap penghematan biaya promosi pada Jatiroso *Catering* di kota Sidoarjo.
6. H_6 : Promosi testfood berpengaruh terhadap penghematan biaya promosi pada Jatiroso *Catering* di kota Sidoarjo.
7. H_7 : Peningkatan penjualan berpengaruh terhadap penghematan biaya promosi Jatiroso *Catering* di kota Sidoarjo.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan termasuk jenis penelitian penjelasan atau *explanatory research*, yaitu menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis, Sugiyono (2014:2). Jenis penelitian kuantitatif dengan metode analisis jalur (*Path Analysis*).

Populasi dan sampling

Populasi menurut Suharsimi (2014:130) merupakan keseluruhan subjek penelitian. Definisi populasi secara lebih rinci yaitu adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2014:61).

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Jatiroso Catering tahun 2016 sampai tahun 2018, sebanyak 339 konsumen.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dari penelitian ini ada tiga, data yang digunakan adalah sumber data primer, data sekunder, dan jenis data.

Menurut Sugiyono (2017) data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung (dari tangan pertama) dan memberikan pengumpulan data. Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada. Seperti membaca buku-buku, dokumen perusahaan, dan mempelajari dan memahami melalui media lain. Sumber data penelitian yaitu sumber subjek dari tempat mana data bisa didapatkan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian

ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh narasumber atau obyek penelitian.

ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Tabel 1 Hasil uji validitas dan reliabilitas

Uji	Keterangan	Pertanyaan
Validitas	indikator pada variabel brosur (X1)	valid
	indikator pada variabel pameran (X2)	valid
	indikator pada variabel <i>testfood</i> (X3)	valid
	indikator pada variabel peningkatan penjualan (Y)	valid
	indikator pada variabel penghematan biaya promosi (Z)	valid
Reliabilitas	variabel kualitas brosur (X1)	Tidak Reliabel
	Variabel persepsi pameran (X2)	Tidak Reliabel
	Variabel kualitas <i>testfood</i> (X3)	Tidak Reliabel
	variabel peningkatan penjualan (Y)	Tidak Reliabel
	variabel penghematan biaya promosi (Z)	Reliabel

sumber : data diolah

Uji asumsi klasik

Asumsi klasik adalah syarat-syarat yang harus dipenuhi pada model regresi linear agar model tersebut menjadi valid sebagai alat penduga.

a. Uji Autokorelasi

Pengukuran uji autokorelasi pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS. Hasil uji autokorelasi dari 65 responden dapat dijelaskan pada tabel dibawah ini :

Tabel 2
Hasil Uji Autokorelasi

No	Variabel	DW	DU	DL
1.	X1,X2,X3 terhadap Y	1,726	1,662	1,535
2.	X1,X2,X3 terhadap Z	1,993	1,662	1,535
3.	Y terhadap Z	0,860	1,662	1,535

Sumber : Hasil data olah SPSS

Bedasarkan hasil uji diatas dapat dinyatakan bahwa :

1. X1,X2,X3 terhadap Y adalah tidak terdapat autokorelasi karena nilai DW (1,726) > DL (1,535) dan DW (1,726) > DU (1,662).
2. X1,X2,X3 terhadap Z adalah tidak terdapat autokorelasi karena nilai DW (1,993) > DL (1,535) dan DW (1,993) > DU (1,662).
3. Z terhadap Y adalah tidak terdapat autokorelasi karena nilai DW (0,860) < DL (1,535) dan DW (0,860) < DU (1,662).

Maka dilihat dari hasil olah data diatas dapat disimpulkan bahawa pada penelitian ini hanya variabel Y terhadap Z yang terdapat autokorelasi.

b. Uji Multikoloneritas

Pengukuran uji multikoloneritas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS. Hasil uji multikoloneritas dari 65 responden dapat dijelaskan pada tabel dibawah ini :

Tabel 3

Hasil Uji Multikoloneritas

No	Variabel		Nilai <i>tolerance</i>	Nilai VIF
1.	X1,X2,X3 terhadap Y	X1	0,727	1,376
		X2	0,700	1,428
		X3	0,659	1,518
2.	X1,X2,X3 terhadap Z	X1	0,727	1,376
		X2	0,700	1,428
		X3	0,659	1,518
3.	Y terhadap Z	Y	1,000	1,000

Sumber : Hasil data olah SPSS

Bedasarkan hasil uji diatas dapat dinyatakan bahwa :

1. Variabel X1,X2,X3 terhadap Y dengan variabel bebas X1,X2,X3 yang semua nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10.
2. Variabel X1,X2,X3 terhadap Z dengan variabel bebas X1,X2,X3 yang semua nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10.
3. Variabel Z terhadap Y dengan variabel bebas Z yang semua nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10.

Maka dapat disimpulkan dari hasil olah data diatas, antara variabel bebas yang semua nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10, jadi penelitian ini tidak ada multikoloneritas.

c. Uji Normalitas

Pengukuran uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS. Hasil uji normalitas dari 65 responden dapat dijelaskan pada tabel dibawah ini :

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas

No	Variabel	Nilai signifikansi kolmogrov	
1.	X1,X2,X3 terhadap Y	X1	1,234
		X2	0,957
		X3	1,260
		Y	1,312
2.	X1,X2,X3 terhadap Z	X1	1,234
		X2	0,957
		X3	1,260
		Z	1,579
3.	Y terhadap Z	Y	1,369
		Z	1,579

Sumber : Hasil data olah SPSS

Bedasarkan hasil uji diatas dapat dinyatakan bahwa :

1. Variabel X1,X2,X3 terhadap Y dengan nilai signifikansi kolmogrov semua variabelnya, baik variabel bebas dan variabel terikat $> 0,050$.
2. Variabel X1,X2,X3 terhadap Z dengan nilai signifikansi kolmogrov semua variabelnya, baik variabel bebas dan variabel terikat $> 0,050$.
3. Variabel Z terhadap Y dengan nilai signifikansi kolmogrov semua variabelnya, baik variabel bebas dan variabel terikat $> 0,050$.

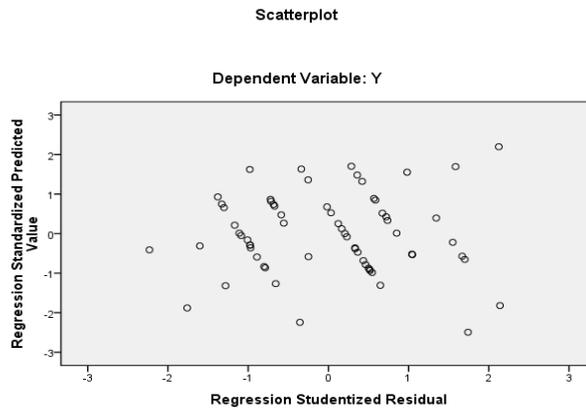
Maka dapat disimpulkan dilihat dari hasil olah data diatas, semua variabel nilai signifikansi kolmogrov $> 0,050$ jadi penelitian ini normal.

d. Uji Heteroskedasititas

Pengukuran uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS. Hasil uji heteroskedastisitas dari 65 responden dapat dijelaskan pada gambar dibawah ini :

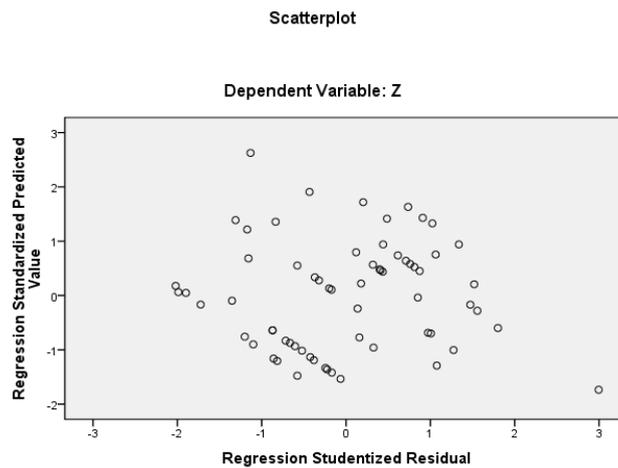
Gambar 2

Hasil Uji Heteroskedastisitas X1,X2,X3 terhadap Y



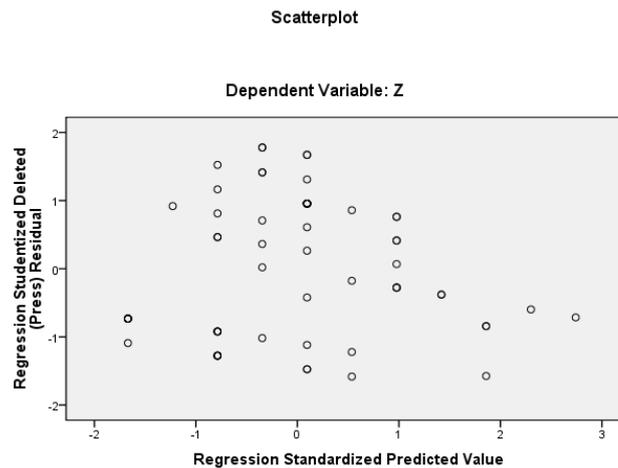
Gambar 3

Hasil Uji Heteroskedastisitas X1,X2,X3 terhadap Z



Gambar 4

Hasil Uji Heteroskedastisitas Y terhadap Z



Sumber : Hasil Data Olah SPSS

Bedasarkan tiga gambar diatas menunjukkan bahwa plot atau titik-titik tidak berbentuk pola atau acak baik diatas maupun dibawah angka 0 dan sumbu Y. Maka dapat disimpulkan dari penelitian ini tidak ada heteroskedasititas.

Penutup

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh model promosi brosur, pameran, *testfood* terhadap peningkatan penjualan dan penghematan biaya promosi secara parsial dan simultan pada Jatiroso *Catering* di Sidoarjo. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa secara uji analisis jalur variabel promosi brosur berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada Jatiroso *Catering*. Hal itu bisa terjadi dikarena semua orang boleh mengambil brosur Jatiroso *Catering*, selain itu juga brosur Jatiroso *Catering* ditempatkan di seluruh gedung pernikahan di Surabaya dan

Sidoarjo. Di brosur *Jatiroso Catering* juga sudah tertulis jelas semua peraturan pemesanan dengan alamat dan nomer telepon yang bisa dihubungi selain itu juga desain brosur nya menarik. Maka dari itu promosi brosur lebih berpengaruh meningkatkan penjualan *Jatiroso Catering*.

2. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa secara uji analisis jalur maupun variabel promosi pameran tidak berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada *Jatiroso Catering*. Hal itu bisa terjadi dikarena banyak orang yang mungkin malas datang ke pameran atau tempat pameran jauh dari tempat tinggal.
3. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa secara uji analisis jalur variabel promosi *testfood* tidak berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada *Jatiroso Catering*. Hal ini bisa terjadi dikarenakan hanya *custamer* yang sudah DP 50% saja yang diundang untuk datang *testfood*, hal ini dilakukan karena *Jatiroso Catering* untuk memberikan kesempatan kepada calon *custamer* untuk mencoba masakan *Jatiroso Catering*, karena biasanya orang yang sudah melaksanakan acaranya terkadang tidak bisa makan karena sibuk melayani tamu-tamu di atas pelaminan.
4. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa secara uji analisis jalur variabel promosi brosur tidak berpengaruh terhadap penghematan biaya promosi pada *Jatiroso Catering*. Hal ini bisa terjadi dikarenakan biaya pembuatan satu brosur agak mahal dan semua orang boleh mengambil, setiap orang yang mengambil brosur tidak semuanya benar-benar memesan mungkin ada yang dibuat kipas-kipas karena panas di dalam gedung, mungkin anak kecil yang mengambil karena tertarik gambarnya bahkan hanya dibuat mainan sama mereka, maka dari itu banyak brosur yang terbuang dan biayanya tidak bisa menghemat biaya promosi.

5. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa secara uji analisis jalur variabel promosi pameran berpengaruh terhadap penghematan biaya promosi pada Jatiroso *Catering*. Hal ini bisa terjadi dikarenakan biaya ikut serta pameran tidak terlalu mahal dan setiap orang yang datang ke stand pameran Jatiroso *Catering* pasti memesan dan langsung DP 50%, jadi dengan melaksanakan 4 hari pameran saja Jatiroso *Catering* sudah mendapatkan banyak klient Dengan langsung DP. Maka pameran dapat berpengaruh pada penghematan biaya promosi.
6. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa secara uji analisis jalur variabel promosi *testfood* tidak berpengaruh terhadap penghematan biaya promosi pada Jatiroso *Catering*. Hal ini bisa terjadi dikarenakan biaya pengadaan *testfood* sangat mahal, hampir sama dengan i kali event wedding untuk 350 orang.
7. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa secara uji analisis jalur variabel peningkatan penjualan tidak berpengaruh terhadap penghematan biaya promosi pada Jatiroso *Catering*. Hal ini bisa terjadi dikarenakan banyak faktor-faktor yang mempengaruhi penghematan biaya promosi salah satunya strategi dan model promosi yang baik.

Saran

Berdasarkan hasil analisis dan simpulan pada penelitian ini maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Jatiroso *Catering* sebaiknya mempertahankan promosi brosur dengan memperbarui desain brosur yang menarik dan memikat pelanggan untuk lebih meningkatkan penjualan.

2. Bagi Jatiroso *Catering* sebaiknya seing mengikuti event pameran wedding, selain mendapatkan banyak *client* yang pasti dealnya juga lebih menghemat biaya promosi.