

Strategi Pengembangan Produk Dalam Peningkatan Penjualan Rumah Makan Sudi Mampir Palangka Raya

Rinto Alexandro¹, Fendy Hariatama², Liling Lenlioni³

¹²³Universitas Palangka Raya
E-mail: rintoalexandro@fkipupr.ac.id

Abstract

This article discusses the importance of economic growth in improving people's welfare, with a focus on the culinary business sector in Indonesia. In this context, the Sudi Mampir restaurant in Palangka Raya is the object of research to examine product development strategies that contribute to increased sales. The purpose of this study is to obtain data on product development strategies in increasing sales at the Sudi Mampir restaurant in Palangka Raya. This article summarizes the essence of qualitative research methods that involve collecting and analyzing data in the form of text, images, or sounds. This method emphasizes interpretation, theory development, and understanding of social context. The overall analysis shows that product development carried out effectively by Rumah Makan Sudi Mampir Palangka Raya has a positive impact on increasing sales. The results of this study provide deep insight into the importance of understanding customer preferences, price adjustments, and innovation in menu variations to increase competitiveness in the culinary industry.

Keywords: Product Development Strategy, Sales, Restaurant

Abstrak

Artikel ini membahas tentang pentingnya pertumbuhan ekonomi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dengan fokus pada sektor usaha kuliner di Indonesia. Dalam konteks ini, rumah makan Sudi Mampir Palangka Raya menjadi objek penelitian untuk mengkaji strategi pengembangan produk yang berkontribusi pada peningkatan penjualan. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh data tentang strategi pengembangan produk dalam meningkatkan penjualan pada rumah makan sudi mampir palangka raya. Artikel ini merangkum esensi metode penelitian kualitatif yang melibatkan pengumpulan dan analisis data berupa teks, gambar, atau suara. Metode ini menekankan interpretasi, pengembangan teori, dan pemahaman konteks sosial. Analisis keseluruhan menunjukkan bahwa pengembangan produk yang dilakukan secara efektif oleh Rumah Makan Sudi Mampir Palangka Raya memberikan dampak positif pada peningkatan penjualan. Hasil penelitian ini memberikan wawasan mendalam tentang pentingnya pemahaman terhadap preferensi pelanggan, penyesuaian harga, dan inovasi dalam variasi menu untuk meningkatkan daya saing di industri kuliner.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan Produk, Penjualan, Rumah Makan

PENDAHULUAN

Ekonomi yang terus bertumbuh pada suatu negara menunjukkan adanya peningkatan kesejahteraan, hal ini tentunya menjadi harapan setiap negara. Pertumbuhan ekonomi ditandai pula dengan bertumbuhnya sektor ekonomi di masyarakat. Salah satu cara agar pertumbuhan ekonomi dalam sektor masyarakat yaitu dengan membuat usaha. Karena usaha merupakan suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan. Aktivitas mengelola usaha pada umumnya memiliki tujuan untuk menghasilkan laba demi kelangsungan hidup dan memperluas usaha dengan membuka cabang pada tempat yang berbeda.

Semakin maju perkembangan zaman dan perubahan pola hidup manusia menyebabkan kebutuhan manusia juga berubah, terutama dalam kebutuhan primer yang salah satunya adalah makanan dan minuman. Disisi lain jumlah penduduk Indonesia yang setiap tahun terus meningkat, ini menjadi salah satu penyebab kebutuhan masyarakat Indonesia terhadap pangan semakin meningkat pula.

Perkembangan di dunia usaha kuliner semakin hari semakin banyak masyarakat yang menjadi peminat dari berbagai menu makanan. Dengan keadaan seperti ini dapat menyebabkan persaingan bisnis antar perusahaan. Usaha kuliner salah satu yang berkembang pesat hal ini

dibuktikan dengan berjalannya waktu semakin banyak usaha kuliner dengan penawaran menu andalan masing-masing (Syamsuri 2010).

Persaingan yang semakin ketat antar usaha yang sejenis telah menyebabkan keadaan pasar berubah, di mana keadaan pasar beralih dari seller's market (kekuatan terletak ditangan penjual) menjadi buyer's market (kekuatan pasar ditangan pembeli). Dalam kondisi seperti ini, produsen atau pengusaha akan berusaha mendapatkan pembeli dengan memperhatikan permintaan dan selera konsumen. Dengan seperti ini perusahaan harus mampu untuk menciptakan produk yang unik dan menarik sehingga dapat puas apa yang dibutuhkan atau diharapkan oleh pelanggan, (Septi 2017).

Oleh karenanya strategi pengembangan produk begitu diperlukan dalam rangka meningkatkan volume penjualan sebuah rumah makan. Menarik pelanggan baru dengan menciptakan suatu produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang kepuasan pelanggan merupakan hal wajib yang perlu dilakukan.

Rumah makan Sudi Mampir merupakan salah satu rumah makan yang ada di kota Palangka Raya, Agar perusahaan tetap mampu bersaing dengan perusahaan lain, maka manajemen perusahaan harus mampu mengelolah perusahaannya dengan baik. Untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan yaitu dengan mengelolah strategi pengembangan produk dengan baik. (Freddy 2018) pengembangan strategi bersaing bertujuan agar perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal sehingga dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal, yang sangat penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan optimal dari sumber daya yang ada.

Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha salah satunya adalah pengembangan produk, produk yang terus berkembang dan memiliki inovasi terbaru tentu saja menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Banyak konsumen yang kemudian penasaran dan menginginkan untuk mencoba produk tersebut. Setelahnya jika produk mendapatkan tempat di hati konsumen, barulah produk tersebut kemudian dipertahankan kualitas dan cita rasanya agar menjadi produk yang unggul yang dapat ditawarkan oleh rumah makan dalam hal ini rumah makan sudi mampir palangka raya.

Peneliti merasa tertarik untuk mengkaji lebih dalam terkait pengembangan produk yang dilakukan pada rumah makan sudi mampir palangka raya, mengingat rumah makan sudi mampir menjadi salah satu rumah makan yang terpantau tidak pernah sepi di setiap harinya. Rumah Makan Sudi Mampir Palangka Raya pada dasarnya bukan merupakan rumah makan yang besar dan mewah namun sudah memiliki banyak pelanggan tetap yang pasti hampir setiap hari selalu datang untuk membeli makanan dan minuman yang ada baik dimakan di tempat maupun dibungkus untuk dibawa pulang.

Berangkat dari fenomena ini penulis merasa tertarik untuk menganalisis strategi pengembangan produk dalam peningkatan penjualan pada rumah makan sudi mampir palangka raya. Peneliti ingin melihat secara langsung bagaimana produk-produk yang dimiliki oleh Rumah Makan sudi mampir palangka raya baik produk makanan maupun minuman, serta apa saja yang sudah dikembangkan oleh pengelola rumah makan terkait produk-produk mereka tersebut, kemudian menganalisis apakah strategi tersebut memberikan peningkatan penjualan yang memberikan dampak positif terhadap perkembangan Rumah Makan tersebut.

Di era persaingan yang begitu ketat hampir di setiap titik di kota palangka raya sangat mudah untuk dijumpai rumah makan, oleh karenanya setiap pengelola rumah makan diharuskan untuk memiliki strategi yang baik, strategi yang jitu dalam memasarkan produknya sehingga penjualan dari produk makanan dan minuman Rumah Makan tersebut dapat mengalami peningkatan. Berfokus pada rumah makan sudi mampir palangka raya peneliti memutuskan untuk melakukan sebuah penelitian dengan mengangkat judul analisis strategi pengembangan produk dalam peningkatan penjualan yang ada di rumah makan sudi mampir palangka raya, dengan tujuan untuk memperoleh data tentang strategi pengembangan produk dalam meningkatkan penjualan pada rumah makan sudi mampir palangka raya.

METODE

Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif, metode penelitian kualitatif digunakan untuk memahami secara mendalam pandangan pelanggan, persepsi pemilik rumah makan, serta dinamika pasar yang mempengaruhi strategi pengembangan produk. Tujuan utamanya adalah mengidentifikasi potensi perbaikan dalam produk untuk meningkatkan penjualan. Metode kualitatif akan memungkinkan peneliti untuk menjelajahi faktor-faktor kontekstual yang mungkin tidak terukur secara kuantitatif. Desain penelitian menggunakan pendekatan studi kasus untuk mengeksplorasi strategi pengembangan produk dalam konteks Rumah Makan "Sido Mampir." Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam dengan pemilik dan karyawan, observasi langsung pada proses pengembangan produk, dan diskusi kelompok terfokus dengan pelanggan, serta dengan membuat panduan wawancara, daftar pertanyaan terstruktur, dan format observasi. Keabsahan dan keandalan dilakukan dengan melibatkan triangulasi data melalui berbagai sumber dan pemeriksaan temuan oleh pihak terkait. Penyajian hasil dilakukan dengan menyusun hasil dalam bentuk narasi, kutipan langsung, dan visualisasi untuk memberikan gambaran yang jelas. (Patton 2015), (Kotler and Keller 2016), (Spence 2019), (Smith, J., & Brown 2017), (Chen and Choi 2018)

HASIL DAN DISKUSI

Rumah makan Sido mampir adalah salah satu rumah makan di kota Palangkaraya. Berdiri pada tahun 2010, didirikan oleh Sariah dengan suaminya Martono atau yang biasa di panggil dengan pade, dengan konsep makanan Jawa. Awal berdirinya rumah makan Sido mampir ini yaitu beralamat di jalan bukit Hindu dimana pada saat di jln bukit Hindu rumah makan ini sulit berkembang dikarenakan tempatnya yang kurang strategis sehingga pendapatannya tidak dapat menutupi pengeluarannya dan harga kontrakannya yang semakin mahal. Dan pada tahun 2012 mereka memutuskan untuk berpindah tempat ke yang lebih strategis yaitu di jalan sisinga mangaraja. Waktu menjalankan usaha yang di Sisingamangaraja setelah beroperasi selama satu tahun rumah makan ini berpindah tempat lagi ke Menteng 25 dikarenakan warung yang mereka sewa tersebut akan digunakan oleh yang mempunyai warung tersebut. Dan sampai saat ini Rumah Makan Sido mampir ini masih menetap di Menteng 25.

Hasil

Produk Rumah Makan Sido Mampir

Rumah Makan Sido Mampir adalah sebuah destinasi kuliner yang menakjubkan, menawarkan pengalaman makan yang tak terlupakan bagi setiap pengunjungnya. Dengan konsep yang menggabungkan kesederhanaan dan keramahan penjual, Sido Mampir telah berhasil memikat hati para pecinta masakan kota palangka raya dan memperluas cakupan penggemarnya dari berbagai daerah di kalimantan tengah khususnya para mahasiswa. Setiap hidangan yang disajikan di Rumah Makan Sido Mampir adalah karya seni kuliner yang teliti, menghadirkan cita rasa otentik yang sulit untuk dilupakan. Mulai dari hidangan klasik seperti ayam goreng tepung dengan aroma harum yang menggugah selera, hingga hidangan spesial seperti ikan goreng kremes yang renyah dan gurih, setiap sajian adalah perpaduan sempurna dari bahan-bahan segar dan rempah-rempah pilihan namun tetap mengusung konsep rumah makan yang murah. Tak hanya lezat, setiap kunjungan ke Rumah Makan Sido Mampir juga memberikan pengalaman yang menarik. Tempat yang sederhana menjadi tidak masalah tak kala pelayanan yang diberikan dibalut dengan nuansa ramah dengan senyum disetiap kata yang terucap pada saat menyambut pembeli yang datang. Tak hanya itu, pelayanan di Rumah Makan Sido Mampir juga patut diacungi jempol. Para staf yang ramah dan profesional siap memberikan rekomendasi terbaik dan memastikan setiap tamu merasa dihargai dan puas dengan kunjungannya. Mereka dengan senang hati memberikan penjelasan mengenai setiap hidangan, membiarkan para pengunjung memahami lebih lanjut tentang kekayaan kuliner palangka raya. Tak heran jika Rumah Makan Sido Mampir telah menjadi tempat favorit bagi para pecinta kuliner dan mereka yang mencari pengalaman makan yang murah namun tetap mendapat cita rasa yang sesuai. Dengan setiap kunjungannya, Rumah Makan Sido Mampir tidak hanya memberikan kenikmatan bagi lidah, tetapi juga mengajak para tamu untuk merasakan kehangatan dan kekayaan budaya kalimantan tengah melalui beberapa hidangan yang mereka sajikan. Produk yang di jual di rumah makan Sido Mampir ini ada beberapa jenis. Dimulai dari makanan berat yaitu ada lalapan ayam, nila, ikan,

nasi campur, nasi soto, nasi pecel, ayam geprek, ayam penyet, dan juga ayam laos. Serta didukung dengan jenis minuman yang tersedia di rumah makan sido mampir ini ada es teh/teh hangat, es jeruk/jeruk hangat dan berbagai macam kopi. Pada saat awal pembukaan rumah makan sido mampir ini, ibu Sariah selaku pemilik sempat membuat menu rawon, gado-gado, namun dikarenakan modal sangat minim jadi ibu Sariah memutuskan untuk tidak menjual menu tersebut, dan ibu Sariah menjual yang banyak diminati oleh masyarakat sekitar saja.

Pengembangan Produk Rumah Makan Sido Mampir

Produk yang dikembangkan di rumah makan sido mampir melibatkan berbagai strategi untuk meningkatkan variasi, kualitas, dan daya tarik menu ayam yang ditawarkan diantaranya, merancang menu baru yang mencakup berbagai hidangan ayam dengan berbagai metode memasak, saus, atau penyajian. Yang dilakukan oleh rumah makan sido mampir yaitu mencoba hidangan ayam panggang, ayam goreng, ayam bakar, atau hidangan ayam dengan bumbu khusus. Selanjutnya, mengidentifikasi hidangan ayam yang paling diminati oleh pelanggan dan mempertahankan atau meningkatkan kualitasnya, hidangan ayam yang menjadi ciri khas rumah makan sido mampi adalah ayam tepung. Selanjutnya, eksperimen dengan rasa dan bumbu, dimana dalam bumbu dan rempah dilakukann inovasi untuk memberikan rasa yang unik pada hidangan ayam. Sehingga dengan melakukan berbagai pengembangan produk pada produk ayam akhirnya memberikan hal positif terhadap respon dan kepuasan pelanggan. Menu yang dijual selanjutnya adalah menu yang sudah tersedia sejak pertama kali dibukanya rumah makan ini. Karena modal yang pas-pasan atau minim, jadi ibu Sariah memutuskan untuk fokus menjual produk yang ada saja dan mempertahankan cita rasa yang ada pada produk tersebut, agar pelanggan tidak berpindah ketempat lain, karena menurut ibu Sariah mempertahankan rasa dalam makanan itu sangat penting untuk mempertahankan pelanggan yang ada.

Menu Terlaris Rumah Makan Sido

Mampir Tak ada yang bisa menandingi kepopuleran nasi campur di Rumah Makan Sido Mampir. Hidangan yang satu ini telah memenangkan hati para pelanggan dengan kombinasi yang sempurna antara berbagai elemen didalamnya. Setiap sajian nasi campur adalah sebuah kisah rasa yang mengajak lidah untuk berpetualang dari satu cita rasa ke cita rasa lainnya. Dengan nasi yang pulen, lauk pauk yang beragam mulai dari berbagai olahan ayam, ikan, dan tentu saja, sayuran segar yang memberikan sentuhan kesehatan. Semuanya disajikan dengan presentasi yang menggugah selera, memperkaya pengalaman makan setiap tamu. Kelezatan nasi campur di Rumah Makan Sido Mampir juga didukung oleh kualitas bahan baku yang tak pernah kompromi. Bahan-bahan segar dan rempah rempah pilihan disajikan dengan cermat, menciptakan harmoni cita rasa yang sulit untuk dilupakan. Selain rasa yang memanjakan, aroma dari hidangan ini juga mampu mengundang selera bahkan sebelum suapan pertama. Tidak hanya itu, nasi campur di Rumah Makan Sido Mampir juga dihidangkan dengan porsi yang cukup berlimpah, memastikan setiap pengunjung merasa puas dan kenyang setelah menikmatinya. Kombinasi yang pas antara rasa, tampilan, dan porsi membuat hidangan ini menjadi andalan tak terbantahkan di Rumah Makan Sido Mampir terlebih lagi harga yang ditawarkan tergolong murah yakni lima belas ribu rupiah per porsi. Itulah sebabnya, setiap kunjungan ke tempat ini nasi campur menjadi pilihan pertama sebagian besar pembeli demi mendapatkan makan enak dan kenyang namun dengan harga yang terjangkau.

Produk yang Tidak Terlalu Diminati di Rumah Makan Sido Mampir

Meskipun Rumah Makan Sido Mampir telah berhasil memikat hati banyak pengunjung dengan berbagai hidangan lezatnya, namun nampaknya menu ikan nila belum berhasil mendapatkan popularitas yang diharapkan. Meskipun ikan nila adalah hidangan yang dikenal akan nilai gizinya dan potensi rasa yang luar biasa jika dimasak dengan tepat, namun tampaknya belum banyak pengunjung yang memberikan perhatian khusus terhadap menu ini di Rumah Makan Sido Mampir. Tentu saja, hal ini tidak berarti bahwa kualitas hidangan ikan nila di Rumah Makan Sido Mampir kurang memuaskan. Sebaliknya, pengelola terampil di sini mengolah ikan nila dengan baik, menghadirkan hidangan yang segar, lezat, dan sesuai dengan harapan dari Rumah Makan Sido Mampir. Ikan nila disiapkan dengan teknik masak yang mempertahankan kelembapan dan kelezatan dagingnya, sehingga setiap suapan menghadirkan kenikmatan yang luar biasa. Kurangnya minat terhadap menu ikan nila di Rumah Makan Sido Mampir lebih karena preferensi pribadi dan terlebih harga yang ditawarkan lebih tinggi dari menu-menu lainnya. Para pengunjung belum sepenuhnya menyadari potensi kenikmatan dari

hidangan ikan nila yang ditawarkan di sini serta harga yang dirasa lebih mahal menjadi salah satu alasan menu ini kurang begitu diminati. Tentu saja, bagi mereka yang mencari pengalaman kuliner yang berbeda dan ingin mencoba sesuatu yang baru, ikan nila di Rumah Makan Sido Mampir adalah pilihan yang sepadan untuk dicoba. Dengan cita rasa yang autentik dan kualitas yang tak terbantahkan, hidangan ini mungkin akan mengubah pandangan para pengunjung terhadap menu ikan nila dan membuatnya menjadi salah satu pilihan yang lebih diminati di masa mendatang. Selanjutnya, menu ayam geprek juga belum berhasil mencuri perhatian para pengunjung sebagaimana diharapkan. Meskipun ayam geprek adalah hidangan yang populer dan memiliki tempat khusus di hati para pecinta masakan pedas, namun tampaknya belum banyak pengunjung yang memberikan perhatian khusus terhadap hidangan ini di Rumah Makan Sido Mampir. Hal ini tidak berarti bahwa kualitas hidangan ayam geprek di Rumah Makan Sido Mampir kurang memuaskan. Justru sebaliknya, pegawai terampil di sini mempersiapkan ayam dengan cermat, menghasilkan hidangan yang renyah di luar, namun tetap juicy di dalam, dan diberi cita rasa pedas yang pas. Hidangan ini adalah sebuah perpaduan sempurna antara tekstur dan rasa, menciptakan pengalaman kuliner yang tak terlupakan. Kurangnya minat terhadap menu ayam geprek di Rumah Makan Sido Mampir lebih berkaitan dengan preferensi pribadi dan kurangnya promosi yang memadai terkait dengan hidangan ini. Para pengunjung belum sepenuhnya menyadari potensi kenikmatan dari hidangan ayam geprek yang ditawarkan di sini. Namun bagi mereka yang mencari pengalaman kuliner yang berbeda dan ingin merasakan sensasi pedas yang menggetarkan lidah, ayam geprek di Rumah Makan Sido Mampir adalah pilihan yang patut dicoba. Dengan cita rasa yang autentik dan kualitas yang baik, hidangan ini mungkin akan mendapatkan tempat khusus di hati para pengunjung di masa mendatang, mengubah persepsi mereka terhadap menu ayam geprek dan membuatnya menjadi salah satu hidangan andalan yang lebih diminati.

Variasi Produk Pada Rumah Makan Sido Mampir

Salah satu hal yang membuat Rumah Makan Sido Mampir menjadi unik adalah variasi menu sayur yang selalu menghadirkan kejutan tiap harinya. Setiap kunjungan ke tempat ini adalah sebuah petualangan rasa yang tak terduga, di mana para pengunjung dapat menikmati beragam pilihan sayuran segar yang berbeda dari hari ke hari. Mulai dari tumis kangkung dengan sambal terasi yang pedas menggigit, capcay dengan berbagai sayur didalamnya, sayur-sayur lokal kalimantan tengah seperti kalakai dan paku, kentang, daun singkong, pare, mandai, dan masih banyak lagi ragam sayur lainnya yang menjadi menu di Rumah Makan Sido Mampir. Menu sayur yang selalu berubah ini tidak hanya menawarkan variasi rasa yang menarik, tetapi juga memberikan kesempatan bagi para tamu untuk mengeksplorasi berbagai hidangan tradisional palangka raya yang mungkin belum mereka coba sebelumnya. Dengan menggunakan bahan-bahan segar terbaik dan rempah-rempah pilihan, pengelola di sini menghadirkan hidangan sayur yang selalu memukau lidah dan memberikan pengalaman kuliner yang tak terlupakan. Selain itu, keputusan untuk selalu menyajikan menu sayur yang berbeda setiap hari juga menunjukkan komitmen Rumah Makan Sido Mampir terhadap inovasi dan keberlanjutan. Mereka terus mencari bahan-bahan baru dan mencoba resep-resep kreatif untuk memastikan bahwa para pengunjung selalu mendapatkan pengalaman makan yang segar dan menarik setiap kali datang. Dengan berbagai macam hidangan sayur yang selalu berubah ini, Rumah Makan Sido Mampir mengundang para tamu untuk memanjakan lidah mereka dengan rasa-rasa yang berbeda setiap kali berkunjung, menciptakan pengalaman makan yang penuh kejutan dan memuaskan.

Meningkatkan Penjualan Pada Rumah Makan Sido Mampir

Pada rumah makan sido mampir ini menurut hasil observasi yang peneliti lakukan dalam meningkatkan penjualannya yaitu salah satunya ibu Sariah orang yang paling ramah dalam melayani pelanggan menurut hasil observasi yang peneliti lakukan, dengan ramah dalam melayani dapat meningkatkan penjualan pada rumah makan tersebut. Dan yang paling pentingnya ibu Sariah tidak pernah pelit dengan pelanggan ia memberikan tambahan kepada pelanggan yang sudah berlangganan di rumah makan ibu Sariah tersebut. Kemudian dalam meningkatkan penjualan yang dilakukan ibu Sariah berupaya mengganti menu masak setiap harinya seperti sayurinya yang beda begitu juga dengan mie dan lauknya, dan pada rumah makan sido mampir ini tetap menjaga cita rasa pada makanan tersebut. Setelah mengetahui strategi yang tepat untuk perusahaan maka langkah selanjutnya melakukan strategi yang tepat untuk mendapatkan peningkatan penjualan perusahaan yaitu sebagai berikut:

1. Tingkatkan variasi produk yang ditawarkan kepada konsumen Di tengah persaingan pasar yang demikian ketat , perusahaan perlu selalu menjaga kualitas produk. Karena konsumen agar selalu merasa puas dan senang jika produk yang mereka beli sesuai dengan keinginan.
2. Memanfaatkan teknologi dalam memasarkan produk Dengan menggunakan marketing online, seakan-akan antara pembeli dan penjual tidak dibatasi oleh waktu dan tempat. Transaksi bisa dilakukan dengan mudah cukup menggunakan handphone.
3. Berikan pelayanan cepat dan baik kepada konsumen Kualitas pelayanan menjadi nomor satu setiap pengunjung dan di posisikan seorang raja segala keluhan diselesaikan dengan sebaikbaiknya.
4. Melakukan promosi yang efektif Promosi yang dilakukan dengan efektif akan mampu membawah pelanggan tertarik dengan produk yang anda tawarkan.

Pembahasan

Analisis strategi pengembangan produk dalam peningkatan penjualan Rumah Makan Sudi Mampir Palangka Raya menjadi hal penting untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing di pasar kuliner yang kompetitif. Dengan memperhatikan tren konsumen dan kebutuhan pasar, rumah makan ini dapat memanfaatkan berbagai strategi untuk memperluas dan memperbarui portofolio produknya. Dalam penelitian (Lahagu, Mendrofa, and Magdalena 2023) menjelaskan salah satunya juga bisa menggunakan sosial media.

Pertama-tama, Rumah Makan Sudi Mampir melakukan riset pasar mendalam untuk memahami preferensi dan keinginan pelanggan. Dengan mengidentifikasi tren makanan terbaru dan menggali masukan dari pelanggan setia, rumah makan ini dapat mengembangkan menu baru atau memperbarui hidangan yang sudah ada. (Wijaya 2023) dan (Alexandro et al. 2021) juga menjelaskan bahwa analisis atas kekuatan dan kelemahan juga perlu dilakukan guna mengetahui keinginan pelanggan.

Strategi pengembangan produk merupakan usaha meningkatkan jumlah konsumen dengan cara mengembangkan atau memperkenalkan produk-produk baru perusahaan. Inovasi dan kreativitas dalam penciptaan produk menjadi salah satu kunci utama dalam strategi ini. Hal ini telah dilakukan oleh pengelola rumah makan sudi mampir yaitu dengan mengembangkan produk nasi campur dengan lauk ayam yang mana memperbesar porsi potongan ayam, sayur, serta nasi namun tetap dengan harga yang sama. Rumah makan sudi mampir selalu berusaha melakukan pembaharuan atau pengenalan produk baru kepada konsumen. pengelola tiada henti terus melakukan eksplorasi terhadap kebutuhan pasar dan berupaya untuk memenuhi kebutuhan pasar tersebut. Hal ini serupa dengan penelitian yang pernah dilakukan (Cita et al. 2023) tentang menambah varian dan menyesuaikan harga untuk mengembangkan produk.

Selain itu, kolaborasi dengan pemasok bahan baku terpercaya menjadi strategi yang sangat efektif (Dalimunthe, Akhirman, and Iranita 2022). Dengan memanfaatkan bahan-bahan segar dan berkualitas tinggi dari daerah sekitarnya, Rumah Makan Sudi Mampir tidak hanya mendukung ekonomi lokal, tetapi juga menawarkan hidangan yang lebih autentik dan berkualitas tinggi kepada pelanggan. Pengembangan menu yang murah namun tetap memiliki cita rasa yang enak juga dapat menjadi strategi yang menarik. Selanjutnya pengelola juga memiliki strategi yakni menyajikan menu khas daerah tertentu dalam periode tertentu sehingga dapat mengobati rasa rindu akan kampung halaman kepada para pengunjung yang bukan penduduk asli palangka raya.

Tidak hanya itu, mengadopsi teknologi dalam proses pemesanan dan pengantaran makanan juga merupakan strategi selanjutnya daam meningkatkan kenyamanan pelanggan. (Jayanti 2022) Menyediakan opsi pemesanan online atau pengantaran makanan membuka akses kepada segmen pasar yang lebih besar dan memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin sibuk, meskipun berdasarkan hasil wawancara hal ini belum dilakukan dengan maksimal karena keterbatasan sumberdaya yang dimiliki.

Selain strategi pengembangan produk, penting juga untuk memperhatikan aspek pemasaran. Kampanye promosi yang efektif dan konsisten, serta memanfaatkan media sosial dan situs web untuk membangun citra merek yang kuat, dapat membantu meningkatkan visibilitas Rumah Makan Sudi Mampir di mata konsumen, dan sekali lagi hal ini belum bisa dilakukan dengan maksimal oleh pihak pengelola karena keterbatasan wawasan dalam bermedia sosial yang dimiliki pengelola dan karyawan yang bekerja disana.

Dengan menerapkan strategi ini secara bijak dan terencana, Rumah Makan Sudi Mampir Palangka Raya dapat mencapai peningkatan penjualan yang signifikan dan mempertahankan posisinya sebagai destinasi kuliner pilihan di kota yang dikelilingi dengan makan kenyang dan enak namun tetap murah dan pas di kantong.

Selain strategi-strategi yang telah disebutkan sebelumnya, ada beberapa langkah tambahan yang diambil untuk meningkatkan penjualan Rumah Makan Sudi Mampir Palangka Raya. Pertama, mempertimbangkan untuk menyediakan opsi menu khusus untuk kelompok pelanggan dengan preferensi diet khusus, seperti vegetarian, vegan, atau menu rendah lemak. Hal ini akan memperluas basis pelanggan dan memungkinkan rumah makan untuk menjangkau sebanyak mungkin kalangan.

Selanjutnya, kolaborasi dengan acara-acara lokal atau event khusus di Palangka Raya juga bisa menjadi strategi yang menarik. Dengan berpartisipasi dalam acara-acara komunitas atau mengadakan promosi khusus untuk perayaan tertentu, Rumah Makan Sudi Mampir dapat memperluas jangkauan dan mendapatkan eksposur yang lebih besar.

Penting juga untuk mempertimbangkan strategi harga yang tepat. Memahami segmentasi pasar dan menawarkan harga yang bersaing dengan kompetitor sekitarnya dapat menjadi kunci untuk mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan baru. Selain itu, pengelolaan kualitas layanan juga sangat penting. Memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan efisien akan memberikan kesan positif pada pelanggan, dan dapat mempengaruhi kesan mereka terhadap rumah makan ini secara keseluruhan.

Terakhir, rumah makan sidi mampir terus memantau dan mengukur kinerja strategi-strategi yang diimplementasikan. Melakukan analisis reguler terhadap data penjualan, umpan balik pelanggan, dan tren pasar akan membantu mengidentifikasi apakah strategi pengembangan produk telah memberikan dampak yang diharapkan, atau jika ada perluasan atau penyesuaian yang perlu dilakukan. Dengan kombinasi dari strategi-strategi ini, Rumah Makan Sudi Mampir Palangka Raya memiliki potensi besar untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan posisinya sebagai salah satu destinasi kuliner terkemuka di kota palangka raya.

SIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa produk yang ditawarkan pada rumah makan sidi mampir palangka raya diantaranya lalapan ayam, nila, ikan, nasi campur, nasi soto, nasi pecel, ayam geprek, ayam penyet, dan juga ayam laos. Sedangkan jenis minuman yang tersedia di rumah makan sidi mampir berupa es teh/teh hangat, es jeruk/jeruk hangat dan berbagai macam kopi. Produk yang dikembangkan pada rumah makan sidi mampir adalah produk ayam, produk ayam menjadi salah satu produk yang terlaris pada rumah makan sidi mampir. Produk ayam ini biasanya dipadukan dalam bentuk produk nasi campur dengan ayam yang dibesarkan potongannya guna memberikan kepuasan pada pelanggan. Selain ayam yang besar menu nasi campur juga memberikan kebebasan kepada pembeli untuk memilih dua sampai tiga jenis sayur yang menjadi campuran nasi putih sehingga dinamakanlah nasi campur tersebut. Sementara produk yang kurang mendapat peminat dari konsumen adalah ayam geprek dan juga ikan nila, Ayam geprek ini tidak terlalu diminati karena sebagian besar pelanggan dari rumah makan sidi mampir ini adalah orang yang sudah tua sehingga tidak banyak yang tertarik dengan ayam geprek. Untuk produk yang tidak diminati ada juga ikan nila, berdasarkan hasil penelitian menu ini tidak terlalu banyak diminati oleh pelanggan dikarenakan harga menunya yang sudah tergolong mahal dibanding menu dengan lauk ayam. Selanjutnya, variasi yang dilakukan di Rumah makan sidi mampir adalah mengganti menu sayur nya setiap hari dan juga mie yang berbeda cara masaknya begitu juga dengan menu lainnya seperti lauk yang ada di rumah makan tersebut juga setiap hari berbeda cara masaknya agar para pelanggan tidak bosan dengan rasa yang ada. Dengan adanya pengembangan pada produk yang ditawarkan rumah makan sidi mampir palangka raya secara langsung memberikan peningkatan penjualan pada rumah makan tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Rektor Universitas Palangka Raya, Bapak Prof. Dr. Ir. Salampak, MS
Terima kasih kepada Dekan FKIP Universitas Palangka Raya, Bapak Dr. Rinto Aleandro, SE.,MM
Terima kasih kepada Kaprodi Pendidikan Ekonomi Merisa Oktaria, SE., M.Si
Terima kasih kepada Kepala Pemilik Rumah Makan Sudi Mampir Ibu Sarinah
Terima kasih kepada Kepala semua pihak yang terlibat dalam penyusunan artikel ini

DAFTAR RUJUKAN

- Alexandro, Rinto, Richard A. Butarbutar, Tonich Uda, and Dehen Erang. 2021. "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Cell Com Palangka Raya." *Neraca: Jurnal Pendidikan Ekonomi* 7. doi: <https://doi.org/10.33084/neraca.v7i1.2495>.
- Chen, Y., and Y. Choi. 2018. "Understanding Customer Satisfaction and Loyalty: An Empirical Study of Mobile Instant Messages in China." *International Journal of Information Management* 38(1):261–72.
- Cita, Riska, Ari Kristiana, M. Syaifulloh, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, and Universitas Muhadi Setiabudi. 2023. "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Warung Makan Mbah Sum (Studi Kasus Warung Makan Mbah Sum Saditan Brebes) Pengembangan Perusahaan Warung Makan." 1(4).
- Dalimunthe, Husnah Mardiah, Akhirman, and Iranita. 2022. "STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KULINER RUMAHMAKAN SEAFOODPANTAI NABSAYALA DOMPAKDALAM UPAYAMENINGKATKAN PENJUALAN." *Student Online Jurnal* 3(1):386–98.
- Freddy, Rangkuti. 2018. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, Dan OCAI*. Jakarta: Gramedia.
- Jayanti, Dewi. 2022. "Analisis Strategi Pengembangan Kuliner Dalam Perspektif Islam." *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam* 2(1):20.
- Kotler, P., and K. L. Keller. 2016. *Marketing Management (15th Ed.)*. Pearson.
- Lahagu, Titonik, Yupiter Mendrofa, and Maria Magdalena. 2023. "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Grand Kartika Restaurant Kota Gunungsitoli." 3:6159–70.
- Patton, M. Q. 2015. *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice*. Sage Publications.
- Septi, Sanjaya Rendy. 2017. : : *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Unit Usaha Aqiqah Pada LAZ Nurul Hayat Medan (Pendekatan Analisis SWOT)*. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Smith, J., & Brown, A. 2017. "Enhancing Culinary Tourism: A Study of the Key Dimensions for Attracting Tourists to Fine-Dining Restaurants." *Journal of Culinary Science & Technology* 13(3):256–72.
- Spence. 2019. *Gastrophysics: The New Science of Eating*. Penguin.
- Syamsuri. 2010. *Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Malang*. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Wijaya, Novita Chandra. 2023. "INDUSTRI EKONOMI KREATIF DI KOTA PALANGKA RAYA Jurnal Sociopolitico Jurnal Sociopolitico." 5:15–28.