

STRATEGI PEMASARAN BISNIS INTERNASIONAL PADA PERSAINGAN STUDI KASUS BASRENG BANG AL

Muhammad Hasby¹, Hendra²

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

muhammadhasby2002@gmail.com¹, Hendra@ishlahiyah.ac.id²

ABSTRACT

The increasing public interest in snacks and fast food has led to increasingly fierce competition. Not without reason, because the food fans in Indonesia are very large, so that each region has its own special food. One of them is basreng, basreng is a snack made from meatballs which are cut into small pieces and then fried. However, we cannot underestimate a business like this, because Basreng Bang Al has reached overseas, especially neighboring countries, this is proves that interest in snacks or snacks is very high. However, on the other hand, with competition, producers must be smart in choosing the strategies they use to remain able to compete. The aim of this research is to find out what strategies to use to remain competitive overseas and still has a position in the hearts of consumers. This research method is by interviewing and observing what has happened in Basreng Bang Al.

Keywords: *Marketing Strategy, International Business*

ABSTRAK

Semakin meningkatnya minat masyarakat pada makanan ringan dan cepat saji, menyebabkan adanya persaingan yang semakin ketat. Bukan tanpa alasan, sebab penggemar makanan di Indonesia ini sangatlah besar, sehingga di tiap daerah mempunyai makanan khasnya tersendiri. Salah satunya adalah basreng, basreng ini adalah makanan ringan yang terbuat dari bakso yang dipotong-potong hingga kecil kemudian digoreng, Akan tetapi bisnis seperti ini tidak bis akita remehkan, sebab pada Basreng Bang Al ini sudah sampai ke luar negeri khususnya negara tetangga, hal ini membuktikan bahwa minat terhadap cemilan atau makanan ringan sangatlah tinggi, Namun di sisi lain, dengan adanya persaingan maka produsen harus pandai memilih strategi yang digunakan agar tetap mampu bersaing, Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi apa yang digunakan agar tetap bisa bersaing hingga keluar negeri dan tetap mendapat posisi di hati konsumennya. Metode penelitian ini yaitu dengan wawancara dan mengobservasi apa yang sudah terjadi pada Basreng Bang Al. Hasilnya yaitu Keunggulan dari strategi pemasaran yang diterapkan oleh Basreng Bang Al yaitu perusahaan selalu mengedepankan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang dijualnya dengan pengecekan berkala serta langsung dipantau oleh ownernya Strategi pemasaran yang baik yang dilakukan Basreng Bang Al untuk memenangkan persaingan di masa depan, yaitu lebih menekankan pada periklanan, seperti misalnya iklan di TV, YouTube, radio, media social

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Bisnis Internasional.

A. Pendahuluan

Bisnis tidak terlepas dari penjualan, pembelian dan uang. Berbisnis juga dapat mendapatkan uang, namun seberapa besar dan cepat kita bisa mendapatkannya itu tidak bisa diprediksi. Karena bisnis ini special kadang menguntungkan kadang merugi. Secara umum yang dikatakan bisnis pastilah berkonotasi mencari untung bukan rugi, maka dari itu diperlukan kiat-kiat atau strategi pengelolaan yang baik dan benar agar hasil yang dirasakan akan memuaskan. (Taufiq et al., 2019)

Kepandaian kita bersaing pada pasar global atau internasional juga dapat memberikan kita indikator sejauh mana kita dapat berdiri dan bertahan pada kencangnya angin persaingan pasar internasional. Strategi pemasaran adalah rencana kasar Harapan perusahaan mengenai dampak dari berbagai kegiatan atau program pemasaran dengan permintaan produk atau lini produk tersebut di pasar sasaran tertentu. Perusahaan dapat menggunakan dua atau lebih program pemasaran secara bersamaan karena masing-masing jenis program (misalnya periklanan, promosi penjualan, penjualan, penjualan pribadi, layanan pelanggan

atau pengembangan produk) memiliki efek yang berbeda tuntutan Oleh karena itu, diperlukan suatu mekanisme yang dapat berkoordinasi program pemasaran agar selaras dan terintegrasi sinergi Mekanisme ini disebut strategi pemasaran (Tjiptono, 2008).

Basreng Bang Al merupakan usaha kecil menengah yang mana sekilas terlihat kecil, namun sebenarnya cakupannya sudah cukup luas, bukan hanya dalam negeri, bahkan luar negeri. Basreng Bang Al ini adalah usaha UMKM yang focus penjualannya yaitu menjual makanan ringan seperti basreng, pisang lumer, dan juga usaha jasa yaitu mini travel yang dia miliki sendiri dengan modal satu unit mobil. Dengannya dia juga memanfaatkan uang masuk dari hasil jasanya, tidak serta merta hanya pada basrengnya. Namun kita juga harus salut karena keuletan ownernya yang menajlankan usaha ini dari kecil hingga besar seperti saat ini. Si owner sering cerita kalau persaingan basreng di sini khususnya kota medan sudah sangat terasa dan bahkan Bahaya. Namun pada sisi itu beliau tetap optimis dengan apa hal yang terjadi, sebab katanya beliau sudah menyiapkan usaha ini dengan lama

dan sudah sangat matang, siap bersaing dan siap untuk menang dan siap juga untuk menerima kekalahan. Dengannya penulis tertarik dengan apa yang strategi beliau pakai hingga akhirnya bisa nyaman ini untuk menjalankan usahanya. (Gumilar, 2018)

B. Metode Penelitian

Metode penelitian penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif di dalam ada tiga pembahasan dalam penelitian ini, yaitu. pertama, strategi pemasaran apa yang diterapkan ditulis oleh Basreng Bang Al. Kedua, apa manfaat dari strategi pemasaran yang diterapkan? ditulis Basreng Bang Al. Dan ketiga, strategi pemasaran apa yang baik untuk Anda PT. Fastrata Buana akan memenangkan kontes berikutnya. Jadi masuk Penting untuk memahami mekanisme strategi bersaing untuk mengeksplorasi lebih jauh bagaimana informasi bergerak, termasuk aliran pengetahuan yang dihasilkan dari persaingan pasar global. Proses Para ilmuwan mengunjungi lokasi penelitian. Ikuti prosesnya acara pemasaran serta peneliti terlibat langsung dalam proses acara penjualan produk Basreng Bang Al.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Informasi yang pertama penulis dapatkan yang akan dikemukakan dibawah ini disampaikan oleh Bang Ali:

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Basreng Bang Al yaitu dengan aktif mengembangkan teknik pemasaran ritel melalui penjualan produk ada dipasar atau toko. Selain itu, Basreng Bang Al juga mengembangkan teknik pemasaran secara online Di Internet yang kini lebih umum dan disukai sebagian besar konsumen . Ketika konsumen sibuk dan tidak punya waktu untuk berbelanja di toko. Belanja online kini semakin berkembang mudahnya dengan aplikasi yang tersedia di semua media sosial seperti di Di website resmi Tokopedia, Shoppe, Facebook atau Instagramnya yaitu TOKEBASRENGMEDAN Selain itu Basreng Bang Al juga berkembang pesat dalam pemasarannya grosir ke toko atau agen besar di wilayah Medan dan sekitarnya.

1. Keunggulan dari strategi pemasaran yang diterapkan oleh Basreng Bang Al yaitu perusahaan selalu mengedepankan kualitas pelayanan dan kualitas produk

yang dijualnya dengan pengecekan berkala serta langsung dipantau oleh ownernya, menjadikan hasil yang dikeluarkan juga luar biasa dan terjaga, serta dengan distribusi dengan baik kepada semua konsumen Basreng Bang Al.

2. Strategi pemasaran yang baik yang dilakukan Basreng Bang Al untuk memenangkan persaingan di masa depan, yaitu lebih menekankan pada periklanan, seperti misalnya iklan di TV, YouTube, radio, media sosial, dll. untuk mendapatkannya Persaingan pemasaran global dimana perusahaan-perusahaan saat ini bersaing sangat kompetitif persaingan untuk mendukung distribusinya di masyarakat. Contoh kemungkinan iklan memberikan dampak positif bagi Basreng Bang Al yaitu untuk memasang spanduk atau spanduk di toko atau instansi dan juga untuk memasangnya lokasi yang strategis dan pemberian kepada konsumen atau perwakilan bekerjasama dengan Basreng Bang Al

D. Kesimpulan

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Basreng Bang Al selalu mengutamakan loyalitas dalam acara penjualan yang selalu baik dan sopan kepada setiap pelanggan demi kepuasan konsumen adalah prinsip perusahaan ini. Strategi Pemasaran Saat Ini di Basreng Bang Al adalah membuat iklan semenarik mungkin terkirim Oleh karena itu, periklanan semenarik dan bermanfaat mungkin menjadikan periklanan sebagai role model bagi masyarakat lain. Anda akan melihat strategi pemasaran yang semakin canggih perusahaan pesaing, maka perusahaan Basreng Bang Al tidak mau kalah Hal ini terbukti dengan semakin banyaknya iklan produk Basreng di berbagai tempat seperti iklan di YouTube, TV, radio, spanduk dan spanduk di mana-mana dll. Basreng Bang Al juga memberi semangat kepada seluruh pegawai, khususnya pegawai selalu antusias dengan penjualan dan partisipasi masyarakat atau pelanggan mana pun.

DAFTAR PUSTAKA

Gumilar, A. (2018). ANALISIS BISNIS INTERNASIONAL DI

- INDONESIA. *Jurnal Ilmiah ADBIS (Administrasi Bisnis)*, 2(2), 141–154.
- Taufiq, A. R., Mandasari, A. E., & Romdani, A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Konsumsi Status Pada Generasi Millennial. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(2), 143–149. <https://doi.org/10.37058/jem.v4i2.704>
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi III*. CV. Andi Offset.