

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Temuan

Berikut ini adalah hasil temuan peneliti menggunakan Analisis SWOT sebagai pembanding situasi komunikasi pemasaran CV Cita Rasa Cemerlang Papa Ron's Pizza. Peneliti telah menemukan fakta yang dilakukan pihak manajemen VC Cita Rasa Cemerlang Papa Ron's Pizza dalam menarik konsumen. Dan hasil wawancara, observasi maupun dokumentasi yang dilakukan peneliti selama proses berbaur dalam perusahaan dan restoran Cv Cita Rasa Cemerlang Papa Ron's pizza, menghasilkan beberapa temuan sebagai berikut. Untuk menarik konsumen pihak manajemen Cv Cita Rasa Cemerlang Papa Ron's Pizza melakukan beberapa langkah yaitu:

a. Perencanaan

Melalui analisis komunikasi, yang dilakukan oleh peneliti kepada perusahaan CV Cita Rasa Cemerlang Papa Ron's Pizza. Dalam setiap pemasaran baik dalam pembuatan produk baru atau dalam memasarkannya pihak manajemen perusahaan selalu menggunakan perencanaan terlebih dahulu. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang restoran pizza, perusahaan dapat mengembangkan rencana pemasaran yang lebih fokus pada pemecahan problem komunikasi pemasaran. rencana ini biasanya mencakup beragam pesan komunikasi yang biasa dilakukan perusahaan dan di muat di

berbagai media yang berbeda dan terkadang ditunjukkan kepada khalayak yang berbeda. Untuk mengetahui peluang, tantangan, kekuatan dan kelemahan. Peneliti menguraikan semua temuan pada proses analisis AWOT sebagai berikut:

- Analisis evaluasi pasar
- Selera kebanyakan konsumen
- Potensi ekonomi masyarakat yang membeli
- Produk baru yang di tawarkan

Table : 4

Proses analisis swot pada perencanaan komunikasi pemasaran

Perencanaan komunikasi pemasaran	Strength (kekuatan)	Opportunity (peluanng)	Weaknes (kelemahan)	Threat (ancaman)	keterangan
Evaluasi pasar	Adanya informasi baru tentang pemasaran	Terdapat asumsi akan pengembangan produk yang di minati	Target tidak selalu sesuai dengan rencana awal	munculnya perusahaan pesaing yang ada di pasar	Penjelasan di samping menggambarkan betapa banyaknya persoalan yang harus di perhatikan oleh pihak manajemen agar proses komunikasi pemasaran berjalan dengan lancar dan mendapat dukungan dari
Selera kebanyakan konsumen	Produk utama berbahan dasar local	Peluang dalam proses penjualann meningkat	Ada beberapa keinginan konsumen yang belum terpenuhi	Persaingan pada bidang pizza menjadi lebih banyak	
Tingkat konsumtif masarakat	Menambah pendapatan perusahaan	Adanya peningkatan jumlah konsumen	Kurangnya sosialisasi pihak perusahaan	Lemahnya informasi dibenak konsumen	

Produk baru	Sajian menarik	Memikat para pelanggan	Proses promosi kurang	Selera konsumen yang tidak cocok	konsumen yang datang.
-------------	----------------	------------------------	-----------------------	----------------------------------	-----------------------

b. Implementasi

Dari hasil obserfasi dan dialog yang dilakukan oleh peneliti dengan sebagian pihak manajemen level. Papa Ron'z Pizza merupakan sebuah lestoran yang bergerak di bidang kuliner Pizza dimana dalam proses pemasarannya membutuhkan berbagai bentuk implementasi dalam memasarkan prodaknya. Pihak CV Cita Rasa Cemerlang Papa Ron'z Pizza harus mengorganisasikan berbagai macam fungsi pemasaran ehingga memungkinkan kerja sama tim yang beroriaentasi pada pasar sejak dini sehingga bentuk implementasi komunikasi pemasaran bisa maksimal dan memenuhi target pasar. Untuk mengetahui peluang, tantangan, kekuatan dan kelemahan. Peneliti menguraikan semua temuan pada proses analisis AWOT sebagai berikut.

- Pelaksanaan penjualan produksi
- Konsumen merasa senang dengan produk papa ron's
- Produk yang di jual itu sesuai dengan tujuan pembeli

Table : 5

Proses analisis swot pada perencanaan komunikasi pemasaran

Implementasi komunikasi pemasaran	Strength (kekuatan)	Opportunity (peluanng)	Weaknes (kelemahan)	Threat (ancaman)	keterangan
-----------------------------------	---------------------	------------------------	---------------------	------------------	------------

Pelaksanaan penjualan produksi	Akan focus pada problem yang dituju	Memudahkan untuk proses penjualan produk	Kurangnya sistem komunikasi pada pihak manajemen	Adanya produk gagal dalam perusahaan	Oleh karna itu di butuhkan sebuah kerjasama yang harus dilakukan oleh pihak manajemen papa ron's pizza pada masing-masing staf dan manemen level.
Memuaskan konsumen	Mampu memperoleh konsumenn yang loyal	Tidak akan kehilangan pelanggan	Adanya sebuah coumplain dari customer	Kehilangan konsumen	
Produk yang di jual itu sesuai dengan tujuan pembeli	Produk selalu standard an tepat waktu	Meningkatkann kepercayaan dimata konsumen	Kadang produk tidak sesuai dengan tujuan pembeli	Berkurangnya pelanggan yang datang	

c. Pengendalian

pengendalian pemasaran merupakan lanjutan yang wajar dari perencanaan, organisasi dan pelaksanaan pemasaran. Meskipun sistem pengendalian harus dibuat sesuai dengan situasi pengendalian mengikuti proses dasar yang sama. Dari proses wawancara yang peneliti lakukan dengan pihak manajemen CV Cita Rasa Cemerlang Papa Ron's Pizza menghasilkan beberapa point. Dan berikut adalah uraian hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang di terapkan pada analisis SWOT sebagai berikut.

- menentukan apa yang dikendalian

- mengukur kinerja
- mengukur SDM staf

Table : 6

Proses analisis SWOT pada perencanaan komunikasi pemasaran

Pengendaliak komunikasi pemasaran	Strength (kekuatan)	Opportunity (peluanng)	Weaknes (kelemahan)	Threat (ancaman)	keterangan
menentukan apa yang dikendalikan	komunikasi pemasaran akan lebih fokus	Dalam penjualan akan memperoleh peningkatan	Adanya ketidak pastian dari pennentuann focus pengendalian	Banyaknya permasalahan akan muncul	Dari hasil analisis yang di lakukan peneliti, menggambarkan bahwa masi banyak hal yang harus di perhatikan pihak manajemen Papa Ron's pizza untuk meningkatkan penjualan produk
mengukur kinerja	Mampu mengontrol kinerja kariyawan	Mendapatkan keakuratan kerja dalam proses komunikasi pemasaran	Ketidak pastian manajemen untuk melakukan observasi langsung	Kinerja kariyawan kurang	
Mengukur SDM staf	Memperoleh sistem regenerasi staf	Penndapat asupan tenaga baru dalam proses penjualan	Banyaknya staf yang keluar masuk	Banyaknya staf baru yang belum faham akan job dis	

B. Konfirmasi Temuan Dengan Teori

Untuk melakukan pemasaran, CV Cita Rasa Cemerlang Papa Ron's Pizza dalam menarik konsumen. Pihak manajemen Papa Ron's Pizza mempunyai peran tersendiri. Dalam melakukan peranya, pihak manajemen Papa Ron's Pizza melakukan langkah-langkah dan strategi untuk menarik konsumen

datang ke restoran papa ron's pizza. Berdasarkan hasil temuan dan fakta dilapangan dalam penelitian analisis komunikasi pemasaran CV Cita Rasa Cemerlang Papa Ron's Pizza dalam menarik konsumen, ketika peneliti konfirmasi dengan teori komunikasi pemasaran terpadu ternyata ada keterkaitan.

Peneliti mengacu pada teori komunikasi pemasaran karena teori ini menjelaskan tentang cara komunikasi pemasaran dalam menarik konsumen dengan melakukan empat media komunikasi yang digunakan oleh pasar seperti halnya periklanan, respon langsung, publisitas dan personal selling yang ditunjukkan pada semua konsumen Papa Ron's Pizza. Komunikasi pemasaran terpadu ialah pendekatan yang lebih populer yang diterapkan oleh professional komunikasi dan pemasaran untuk mengkordinasikan berbagai pengalaman konsumen dengan komunikasi pemasaran untuk merek tertentu. Biasanya, perhatian perusahaan tidak menerapkan kordinasi seperti itu. Pemasar cenderung menerapkan konsultan yang berbeda untuk setiap sarana komunikasi yang digunakan, dan seringkali kordinasi diantara berbagai tanggapan atas pesan tidak lengkap agen periklanan membuat pesan iklan. *Public Relation* menyesuaikan persepsi cakupan produk dan agen promosi komunikasi serta wiraniaga menyampaikan pesan promosi.¹

Selain teori komunikasi pemasaran diatas, peneliti juga menggunakan komunikasi pemasaran terpadu *integrated marketing communication (IMC)*. Di mana komunikasi pemasaran adalah satu dari sekian proses yang tersedia guna

¹ Mahmud, Machfoedz, *komunikasi pemasaran modern*, (Yogyakarta, cakra ilmu , 2010) hal 20

membina hubungan dengan customer. Apa yang membedakan IMC dengan customer-centric lainnya adalah dasar dari proses tersebut adalah komunikasi, yang merupakan jantung dari semua hubungan, dan juga merupakan proses yang sirkuler.

1. Ide pokok mengenai integrated marketing communication (imc) yaitu komunikasi pemasaran yang bersifat one-voice. Maksudnya adalah, walaupun elemen komunikasi pemasaran yang digunakan berbeda beda dalam meraih konsumen namun semua itu harus dapat dikordinasi dengan cara yang tepat oleh berbagai organisasi dan agensi yang bekerja pada elemen-elemen yang berbeda tersebut. Jadi pihak manajemen CV Cita Rasa Cemerlang Papa Ron's Pizza ini meskipun melakukan pemasaran atau promosi dengan menggunakan berbeda-beda media untuk menarik konsumen tapi tetap semuanya suda terkonsep dan terarah dengan baik.
2. Maksud diadakanya sebuah promosi. Perusahaan berharap agar masyarakat diluar sana bisa mengerti dan faham maksud dan tujuan isi pesan informasi yang didapat melalui media. Dengan begitu masyarakat bisa mengena dan tau tentang adanya lestoran Papa Ron's Pizza yang secara bentuk merupakan lestoran keluarga yang menyediakan beragam menu Pizza berbahan dasar local yang di sukai masyarakat Indonesia. Melalui dengan berbagai media-media seperti media cetak, elektronik, jejaring social dan lain sebgainya.