

ANALISIS KEBIJAKSANAAN PROMOSI DALAM UPAYA MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN PADA PERCETAKAN CV. AZKIA PRODUCTION BANJARMASIN

Nama : Rahmaniah
E-mail : rahmaniah883@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) Bagaimana kebijaksanaan promosi yang dilakukan oleh perusahaan CV. Azkia Production Banjarmasin dalam upaya meningkatkan kinerja perusahaan, (2) Bagaimana usaha yang dilakukan CV. Azkia Production Banjarmasin untuk tetap mempertahankan pelanggannya dalam situasi persaingan yang sangat ketat, (3) Kendala apa saja yang dihadapi oleh perusahaan dalam melakukan kegiatan promosi dalam upaya meningkatkan kinerja perusahaannya.

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian deskriptif kualitatif, dimana penelitian dilakukan secara survei dan wawancara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) kebijaksanaan promosi yang dilakukan oleh perusahaan CV. Azkia Production Banjarmasin berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, kegiatan promosi yang dilakukan sudah baik akan lebih baik lagi jika kegiatan promosi yang dilaksanakan dikembangkan lagi agar kinerja suatu perusahaan meningkat dan dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, (2) usaha yang dilakukan CV. Azkia Production Banjarmasin untuk tetap mempertahankan pelanggannya dalam situasi persaingan yang sangat ketat yaitu dengan melakukan strategi-strategi dengan cara pelayanan yang baik kepada konsumen atau pelanggannya, tetap menjaga kualitas produk dan tetap menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan dan (3) kendala yang dihadapi oleh perusahaan dalam melakukan kegiatan promosi sangat berpengaruh terhadap kelancaran dalam pelaksanaan kegiatan promosi, hal ini juga dapat menghambat dalam kelancaran aktivitas usaha yang dijalankan perusahaan untuk itu perusahaan harus lebih cermat dalam mengelola pelaksanaan kegiatan promosi agar tidak terjadi kesalahan atau masalah-masalah yang muncul dalam kegiatan promosi sehingga yang diharapkan perusahaan untuk kelancaran kegiatan promosi dapat terpenuhi dengan baik.

Kata Kunci : Promosi; Kinerja; Perusahaan

ABSTRACT

This study aims to test : (1) how is the promotion wisdom carried out by the company CV. Azkia Production Banjarmasin in effort improve company performance, (2) how the effort is made CV. Azkia Production Banjarmasin to keep its customers, (3) what obstacles are faced by the company in carrying out promotional activities in an effort improve company performance.

This research uses descriptive qualitative research design, where research is conducted by survey and interview.

The results of the study show that : (1) promotional wisdom carried out by the company CV. Azkia Production Banjarmasin affect the company's performance, promotion activities carried out are good it would be better if the promotional activities carried out were developed again so that the performance of a company increased and could maintain the viability of the company, (2) effort made by CV. Azkia Production Banjarmasin to maintain its customers in a situation of intense competition, namely by carrying out strategies by good service to customers, while maintaining product quality and maintain good communication with customers and (3) the obstacles faced by the company in carrying out promotional activities are very influential on the smoothness in the implementation of promotional activities, this can also hamper the smooth running of business activities of the company for that the company must be more careful in managing the implementation of promotional activities to avoid mistakes or problem that smooth running of promotional activities can be met properly.

Keywords : Promotion; Company; Performance

PENDAHULUAN

Perkembangan sistem dan teknologi pada era globalisasi telah mengalami kemajuan yang sangat pesat baik dalam skala besar, menengah, maupun skala kecil. Sebab itu banyak sekali perusahaan seperti percetakan yang mulai menggunakan sistem dan teknologi informasi sebagai alat pendukung aktivitas usaha atau bisnisnya untuk mencapai keberhasilan perusahaan dan juga sebagai modal untuk bersaing dengan kompetitor-kompetitor yang ada. Percetakan dianggap sebagai salah satu penemuan yang paling penting dan berpengaruh di dalam sejarah peradaban manusia karena jasa percetakan ini sangat diperlukan oleh manusia didalam kehidupan manusia pada saat ini, sejak pertengahan 1400-an hingga awal 1900-an, percetakan merupakan satu-satunya bentuk komunikasi massa. Pendidikan bergantung pada ketersediaan bahan bacaan, bahkan setelah penemuan-penemuan seperti radio, televisi, dan gambar-gambar bergerak, hasil percetakan tetap menjadi sumber informasi utama bagi dunia. Pada masa sekarang ini, percetakan merupakan industri penting disetiap negara maju di dunia.

Percetakan merupakan teknologi atau seni yang memproduksi salinan dari sebuah gambar dengan sangat cepat atau suatu proses memindahkan tulisan atau gambar pada kertas, kain, objek dan permukaan lainnya dengan melalui sebuah mesin cetak. Setiap harinya ratusan bahkan jutaan bahan cetak diproduksi. Percetakan biasanya memproduksi buku, kalender, majalah, agenda, surat kabar, koran, poster, stiker, undangan pernikahan, ulang tahun, dan bahan kain. Semuanya ini dilakukan karena hasil percetakan dapat dengan cepat mentransfer pemikiran dan informasi pemasaran kepada semua orang melalui alat komunikasi yang dari tahun ketahun semakin canggih.

Perusahaan percetakan CV. Azkia Production adalah salah satu perusahaan percetakan yang bergerak dalam bidang jasa yang berupa pelayanan percetakan

akan tetapi sesuai realitas dan fenomenologi yang ada yaitu dengan semakin lajunya pertumbuhan ekonomi maka semakin pesat juga perkembangan dunia usaha yang ditandai oleh berdirinya sejumlah perusahaan, baik perusahaan yang bergerak dalam pelayanan jasa percetakan yang tentu saja semakin menambah persaingan ketat antara penjualan. Saat ini percetakan CV. Azkia Production selalu memberikan layanan yang sangat baik kepada konsumen atau pelanggan entah itu dilihat dari segi desain atau kerapian pembuatan atau pelayanannya untuk semua macam-macam produk yang akan dihasilkan. Dari segi itupun pelanggan juga dapat mendesain sendiri sesuai keinginan pelanggan sehingga pemilik usaha hanya tinggal mencetak sampai produk tersebut jadi dan sampai ketangan konsumen atau pelanggan. Kami memberi pengetahuan, pelayanan, keahlian dan pengalaman serta sudah menjadi komitmen kami untuk melayani dan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan. Dengan komitmen seperti itu dan efisien kerja digital printing CV. Azkia Production akan terus mengusahakan yang terbaik untuk melayani semua pelanggan.

Berbicara mengenai pelanggan atau konsumen maka kita dapat melihat apa yang menjadi daya tarik pelanggan dalam mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa yaitu salah satunya adalah dengan melaksanakan kegiatan promosi yang merupakan salah satu variable *marketing mix* dan juga merupakan bagian dari kegiatan pemasaran. Pemasaran merupakan suatu sistem dari kegiatan usaha yang memegang peranan sangat penting terutama dalam usaha untuk mencapai tingkat penjualan produk yang diharapkan oleh suatu perusahaan serta merupakan kebutuhan bagi kalangan dunia usaha, dengan kegiatan tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap keberhasilan usaha yang dilakukan oleh sebuah perusahaan. Menurut Tjiptono (2004:332) pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan perusahaan umumnya dan pada bidang

pemasaran khususnya. Disamping itu pemasaran yang ditetapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut.

Menyadari kenyataan yang akan dihadapi pada era globalisasi, agar mampu bersaing dalam mempertahankan konsumen yang telah ada dan menarik konsumen potensial, perusahaan harus memiliki strategi yang tepat dalam memanfaatkan peluang bisnis dan mengantisipasi kendala yang terjadi sebagai dampak perubahan lingkungan yang cepat. Caranya adalah dengan memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi apa yang mereka harapkan melalui penyediaan produk yang lebih memuaskan dari pada produk pesaing. (Nasution, 1998).

Promosi merupakan salah satu cara yang dapat mempengaruhi calon konsumen sehingga membuat tertarik pembeli dan dapat membeli atau menggunakan suatu produk atau jasa. Dengan promosi yang menarik perhatian akan menimbulkan selera pembeli serta menarik perhatian pembeli untuk produk yang ditawarkan, sehingga perlu dipilih salah satu dari bauran promosi yang dilakukan perusahaan dalam rangka kegiatan promosi untuk meningkatkan ketertarikan konsumen pada produk yang dihasilkan dan akhirnya terjadi penjualan produk dihasilkan. Menurut Stanton (2001:90) dengan menggunakan promosi yang tepat perusahaan akan lebih mudah untuk mendapatkan konsumen.

Promosi dalam kegiatan pemasaran merupakan bagian yang sangat penting perannya dalam aktivitas sebuah perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan serta menjaga kelangsungan hidup sebuah perusahaan agar tetap bertahan dan beroperasi dengan sebaik mungkin seiring berjalannya waktu. Pada dasarnya kegunaan diadakannya kegiatan promosi oleh perusahaan menurut Swastha (1996:151) adalah sebagai berikut :

- 1) Memperkenalkan dan memberitahukan kepada masyarakat tentang barang atau jasa yang diproduksi.
- 2) Menimbulkan minat masyarakat untuk membeli barang yang diproduksi.
- 3) Meningkatkan volume penjualan.

Selain itu perusahaan juga memiliki strategi seperti menjaga kualitas dan produk perusahaan agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan yang juga menjadi alat untuk menarik para pelanggan atau konsumen sebanyak-banyaknya dan dapat bersaing oleh perusahaan percetakan lainnya. Seperti halnya dengan perusahaan CV. Azkia Production ini bergerak dibidang jasa yang berupa pelayanan percetakan akan tetapi sesuai realitas dan fenomenologi yang ada yaitu dengan semakin lajunya pertumbuhan ekonomi maka semakin pesat juga perkembangan dunia usaha yang ditandai oleh berdirinya sejumlah perusahaan, baik perusahaan industri kecil yang tumbuh seperti perusahaan yang bergerak dalam pelayanan jasa percetakan yang tentu saja makin menambah persaingan ketat antara penjualan.

Oleh karena itu perusahaan juga harus mengutamakan kualitas produk dan pelayanan yang terbaik untuk para calon konsumen atau pelanggannya untuk tetap mempertahankan pelanggan dan mendapatkan pelanggan yang baru. Sumber daya sistem dan teknologi informasi yang sudah ada akan diperbaharui secara terus-menerus seiring perkembangan zaman yang tentunya hal tersebut akan sangat membantu pada perusahaan percetakan CV. Azkia Production dalam menghadapi pesaing-pesaingnya. Dengan demikian peran promosi sangat berpengaruh terhadap para pelanggan atau konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Sehubungan dengan latar belakang masalah yang dikemukakan diatas maka penulis melakukan penelitian tentang "Analisis Kebijakan Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Perusahaan

Pada Percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin”.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang dilakukan dengan memberikan gambaran mengenai kebijaksanaan promosi yang dilaksanakan oleh perusahaan CV. Azkia Production dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Lokasi penelitian ini bertempat di jalan simpang belitung Banjarmasin Kalimantan Selatan.

Informan dalam penelitian ini adalah pemimpin perusahaan percetakan CV. Azkia Production yang telah memberikan informasi khususnya mengenai kebijaksanaan promosi yang telah dilakukan. Untuk memperoleh data yang akurat tentang kebijaksanaan promosi dalam meningkatkan kinerja perusahaan, penulis menggunakan teknik pengumpulan data. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Observasi yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan secara langsung dalam suatu keadaan atau pun situasi dari sebuah objek penelitian.
2. Wawancara yaitu teknik mengumpulkan data dengan cara tanya jawab secara lisan atau secara langsung dengan pimpinan perusahaan atau pemilik usaha yang sedang diteliti serta orang-orang yang terlibat dalam kegiatan usaha tersebut.
3. Dokumentasi yaitu dengan mempelajari catatan dan dokumen yang memuat data-data yang menunjang penelitian.

Setelah data dikumpulkan kemudian data dianalisis. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Reduksi data yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian dan penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul

dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Di mana setelah penulis memperoleh data, harus lebih dulu dikaji kelayakannya dengan memilih data mana yang benar-benar dibutuhkan dalam penelitian ini.

2. Penyajian Data (*Display*) yaitu penyajian data dibatasi sebagai sekumpulan informasi tersusun yang disesuaikan dan diklarifikasi untuk mempermudah peneliti dalam menguasai data dan tidak terbenam dalam setumpuk data.
3. Verifikasi (Menarik Kesimpulan) yaitu penarikan kesimpulan dilakukan dengan cermat dengan melakukan verifikasi berupa tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan sehingga data-data yang ada telah diuji validitasnya. Sehingga diperoleh kesimpulan yang jelas kebenaran dan kegunaannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat dari tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi perusahaan yaitu kinerja perusahaan. Bagi setiap usaha perusahaan tujuan yang hendak dicapai adalah keuntungan yang banyak realisasi dari pada tujuan ini adalah melalui suatu penjualan, merupakan sukses atau tidaknya suatu perusahaan. Untuk tercapainya keberhasilan tersebut maka harus ditunjang melalui kegiatan promosi. Promosi adalah satu-satunya cara memperkenalkan atau mempromosikan produk atau jasa kepada masyarakat dan calon pembeli yang potensial. Maka dari itu promosi merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam dunia bisnis karena dapat menentukan keberhasilan suatu perusahaan dan mempengaruhi dari segi penjualan suatu produk atau jasa dan tentunya akan berdampak besar terhadap

berlangsungnya aktivitas perusahaan tersebut. Oleh karena itu promosi merupakan alat yang sangat penting dalam menunjang kegiatan usaha untuk meningkatkan jumlah penjualan, minimal dapat mempertahankan penjualan yang telah dicapai sehingga dengan adanya kegiatan promosi ini diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan pada CV. Azkia Production Banjarmasin.

Pada saat sekarang ini kita dapat melihat bahwa promosi telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari setiap kegiatan perusahaan dan merupakan bagian yang sangat penting dalam kegiatan perusahaan dalam rangka menjalankan pemasaran hasil produksinya. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Para pengusaha telah yakin bahwa dengan promosi ia dapat menjual dan meningkatkan jumlah penjualan, karena penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan dari penjualan perusahaan dapat memperoleh laba atau keuntungan yang sebesar-besarnya serta suatu usaha memikat para konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan. Akan tetapi perusahaan pada CV. Azkia Production Banjarmasin belum tepat dalam menerapkan kegiatan promosi. Dengan begitu akan sangat membantu sekali bagi perusahaan untuk meningkatkan penjualan produk dengan menerapkan kegiatan promosi yang efektif sehingga pada akhirnya akan memberikan pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan pada percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin.

Suatu aktivitas promosi yang berhasil sebenarnya tidak hanya meningkatkan jumlah penjualan saja, tetapi juga memberikan keuntungan-keuntungan

yang lain, misalnya dapat menjadikan biaya lebih rendah dan keuntungan yang tinggi, meningkatkan efisiensi penggunaan modal kerja, memperkecil kemungkinan menjadi rugi. Sebaliknya apabila promosi yang dijalankan tidak berhasil maka akan menyebabkan bertambahnya biaya perusahaan bahkan bisa menyebabkan kegagalan bagi perusahaan dan tentunya akan memberikan pengaruh buruk terhadap menurunnya kinerja perusahaan. Seperti apa yang dikemukakan pada bab yang terdahulu dimana promosi merupakan arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk menggerakkan seseorang atau organisasi yang menggerakkan kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Di dalam suatu perusahaan dengan melakukan kegiatan promosi yang baik maka akan memberikan kontribusi yang baik pula terhadap kinerja perusahaan. Apabila kegiatan promosi terlaksana dengan baik dan benar maka tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan perusahaan dalam mewujudkan tujuan yang ingin dicapai suatu perusahaan dapat terlaksana dengan baik sesuai yang diharapkan atau yang diinginkan oleh perusahaan. Dengan adanya kegiatan promosi ini kita dapat melihat kinerja suatu perusahaan. Oleh karena itu dalam peningkatan kinerja perusahaan dapat diusahakan dengan melakukan kegiatan promosi secara benar.

1) Kebijakan promosi yang dijalankan oleh perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin untuk meningkatkan kinerja perusahaan adalah sebagai berikut:

(1) Periklanan (*Advertising*)

Periklanan sebagai salah satu bentuk kegiatan promosi yang digunakan oleh perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin dengan tujuan untuk menarik perhatian para calon konsumen atau pelanggan agar dapat menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan percetakan CV. Azkia Production

Banjarmasin serta memberitahukan keunggulan produk yang dihasilkan oleh perusahaan ini dibandingkan dengan para pesaing-pesaingnya. Periklanan ini dilaksanakan dengan cara sebagai berikut:

(1.1) Media cetak

Promosi yang dilaksanakan dengan menggunakan media cetak oleh perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin adalah menggunakan media cetak brosur. Brosur yang dijadikan sebagai media kegiatan promosi oleh percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin yang dilakukan dengan cara menyebarkan kepada masyarakat khususnya di daerah Banjarmasin. Cara ini dimaksudkan untuk memberikan informasi luas tentang produk atau jasa yang telah dihasilkan oleh perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin. Brosur ini pun dibuat dengan semenarik mungkin oleh percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin agar para pelanggan atau calon konsumen tertarik untuk membacanya dan berkunjung ke tempat percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin. Dengan adanya media cetak brosur ini perusahaan berharap bahwa informasi kepada calon konsumen atau pembeli dapat tersampaikan dengan baik dan tepat.

(1.2) Media sosial

Kegiatan promosi yang diterapkan oleh perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin adalah memanfaatkan media sosial yang ada seperti whatsapp, facebook dan instagram untuk memperkenalkan atau menawarkan produknya. Dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih ini dimanfaatkan oleh percetakan CV. Azkia Production sebagai media dalam memberitahukan produk yang dihasilkannya kepada konsumen atau pelanggan tentang produk yang akan dipasarkan dan tentunya lebih cepat diterima.

(1.3) Spanduk

Spanduk digunakan oleh percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin sebagai media promosi dengan cara membentangkan spanduk ditempat bisnis perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin. Tujuan dari pada pemasangan spanduk pada perusahaan percetakan ini adalah bertujuan untuk membuat para calon konsumen atau pembeli yang melewatinya langsung dapat melihat isi konten dari spanduk yang dipasang oleh perusahaan.

(1.4) Pemasangan Plang

Plang (papan nama) dipasang pada halaman percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin tujuannya adalah untuk memudahkan para calon konsumen atau

pengunjung mengetahui dengan pasti letak dari pada lokasi percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin.

(2) Penjualan perorangan (*personal selling*)

Bentuk promosi penjualan perorangan atau tatap muka secara langsung antara karyawan dengan calon konsumen atau pembeli yang dilakukan oleh perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin adalah sebagai upaya untuk menciptakan interaksi umpan balik antara perusahaan dengan calon konsumen. Selain itu perusahaan juga mengharapkan dapat menimbulkan minat pada calon konsumen atau pembeli untuk menggunakan produk atau jasa percetakan ini.

Bentuk promosi tatap muka percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin mengandalkan interaksi komunikasi secara langsung kepada calon konsumen dengan memperhatikan teknik menjual yang efektif, yaitu menerangkan dan menyarankan keistimewaan produk yang dihasilkan oleh perusahaan beserta keuntungan yang dapat dirasakan oleh pelanggan serta produk yang terbaik bagi pelanggan sehingga mereka merasa puas akan produk yang dihasilkan oleh perusahaan CV. Azkia Production Banjarmasin. Selain itu dengan dilakukannya kegiatan *personal selling* tujuan perusahaan mengadakan kegiatan ini adalah dapat membantu meningkatkan penjualan perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin sehingga apa yang diharapkan perusahaan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang sebesar-

besarnya dapat tercapai sesuai yang diinginkan perusahaan.

2) Usaha yang dilakukan oleh perusahaan CV. Azkia Production Banjarmasin untuk tetap mempertahankan pelanggannya dalam situasi persaingan yang sangat ketat adalah dengan melakukan strategi sebagai berikut:

(1) Pelayanan yang baik

Pelanggan atau konsumen memegang peranan yang sangat vital dalam kegiatan suatu usaha. Sehingga cara perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin memperlakukan calon konsumen atau pelanggannya dengan baik adalah dengan memberikan kemampuan karyawan untuk melayani calon konsumen atau pelanggan dengan sebaik mungkin. Pemimpin perusahaan memberikan edukasi atau materi-materi dasar kepada karyawannya bagaimana cara melayani calon konsumen dengan baik seperti memberikan senyum dan salam kepada pelanggan, serta ramah dan sopan terhadap pelanggan agar mereka merasakan kenyamanan secara langsung dari perusahaan tersebut karena sudah pasti pelanggan akan memberikan penilaian dari sisi pelayanan terhadap baik buruknya pelayanan yang diberikan oleh perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin. Sedangkan pemimpin perusahaan tidak menginginkan terjadinya hal-hal yang buruk seperti turunnya reputasi perusahaan.

Sehingga perusahaan sangat memperhatikan pelayanan yang akan diberikan kepada konsumen atau pelanggan tujuannya tak lain adalah untuk memuaskan konsumen atau pelanggan agar tetap terus datang kembali. Karena percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin

tidak hanya ingin konsumen atau pelanggan yang membeli hanya sekali saja dan kemudian menghilang tetapi perusahaan ini menginginkan pelanggannya loyalitas terhadap produk yang dihasilkannya.

Menurut pemimpin perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin pelayanan yang baik sangatlah penting dan akan memberikan pengaruh baik pula terhadap pelanggan walaupun masih banyak pengusaha lain yang berpikir bahwa pelayanan yang sangat baik tidak terlalu penting dalam kelancaran kegiatan usaha selama produk yang ditawarkan memuaskan konsumen akan tetapi perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin berpendapat lain bahwa ia akan tetap memperhatikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik mungkin untuk tetap mempertahankan pelanggannya dan mampu bersaing dengan pesaing-pesaingnya khususnya dibidang percetakan.

Perusahaan beranggapan bahwa dengan pelayanan yang kurang nyaman maka konsumen atau pelanggan pasti akan merasa enggan untuk kembali lagi dan pastinya konsumen akan memberi penilaian yang buruk terhadap perusahaan itu sendiri. Selain itu dengan pelayanan konsumen yang sangat baik dapat pula meningkatkan reputasi suatu usaha dan menciptakan citra bisnis yang sangat baik bahkan dapat menambah pelanggan baru. Sehingga perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin bekerja dengan ekstra untuk membentuk kesetiaan pelanggan dan mempertahankan pelanggannya.

(2) Menjaga kualitas produk

Kualitas produk juga sangat penting perannya dalam meningkatkan daya saing produk untuk itu perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin sangat memperhatikan kualitas dari produk yang akan dihasilkan agar dapat mempertahankan pelanggannya. Karena jika produk yang dibuat sangat bagus maka tentu para konsumen atau pelanggan akan merasa puas dan senang dengan hasil produk yang dibuat oleh perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin. Perusahaan menjaga mutu kualitas dari produk yang dihasilkan tak lain adalah bertujuan untuk memuaskan pelanggan agar konsumen atau pelanggan tidak berpindah pada produk lain. Hasil dari produk yang akan ditawarkan perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin kepada pelanggan adalah akan memenuhi tuntutan pelanggan dan tidak memiliki kelemahan artinya bahwa produk perusahaan ini memiliki keistimewaan yang berbeda dari produk pesaing dan dapat memenuhi harapan atau tuntutan para pelanggan sehingga pada akhirnya dapat memuaskan konsumen atau pelanggan.

Perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin akan terus menjaga dan memberikan kualitas yang lebih tinggi agar meningkatkan kepuasan pelanggan selain itu juga keuntungan lain yang didapatkan perusahaan adalah membuat produk laku terjual dan dapat bersaing dengan pesaing, meningkatkan penjualan serta meningkatkan pangsa pasar. Apabila pelanggan merasa puas

akan produk yang dihasilkan maka otomatis pelanggan akan loyal terhadap produk yang dimiliki perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin dan itulah yang diharapkan perusahaan agar tetap mempertahankan pelanggannya.

Hal yang dilakukan perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin untuk tetap menjaga kualitas produk adalah sebagai berikut:

(2.1) Bahan baku

Bahan baku sangat diperlukan untuk mempertahankan mutu suatu produk. Maka dari itu perusahaan memilih bahan baku yang terbaik untuk diolah menjadi produk yang akan dipasarkan kepada konsumen atau pelanggan sehingga nantinya mereka akan menyukai produk yang dihasilkan perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin. Perusahaan akan mempertahankan bahan baku yang terbaik bagi pelanggan agar pelanggan tidak lari dari produk lain dan tetap setia terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin.

(2.2) Inovasi produk

Agar produk yang dihasilkan perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin dapat menarik minat konsumen dan tidak merasa bosan dengan produk yang bentuk dan desainya hanya seperti itu saja tanpa adanya perubahan maka perusahaan akan menginovasikan

produknya agar mampu bersaing dan unggul terhadap produk yang dimiliki karena perkembangan pasar semakin lama semakin maju. Selain berfungsi untuk menarik perhatian pelanggan juga dapat memberikan nilai plus terhadap produk yang dihasilkan. Keuntungan lain yang didapatkan dengan melakukan inovasi terhadap produk adalah akan membuat usaha yang dijalankan perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin semakin kompetitif. Perusahaan yakin dengan produk yang diinovasi akan mampu bersaing dan mengalahkan pesaing-pesaingnya. Selain itu berkembangnya suatu usaha dengan melakukan inovasi juga akan semakin dikenal oleh masyarakat. Sehingga secara tidak langsung nilai perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin di mata masyarakat juga meningkat.

(2.3) Mesin produksi

Percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin tidak lupa untuk selalu memperhatikan atau mengecek kondisi mesin produksi agar tetap aman dan selalu bisa digunakan sesuai kebutuhan perusahaan dan selalu memperhatikan keadaan alat mesin apakah masih layak digunakan atau tidak karena alat mesin sangat berpengaruh dalam melancarkan kegiatan

proses produksi barang dengan cepat. Kelancaran alat mesin produksi juga sangat berpengaruh terhadap waktu dalam memproses barang pesanan konsumen atau pelanggan karena apabila alat mesin yang digunakan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin tidak lancar atau ada kerusakan pada saat proses produksi maka akan sangat menghambat kelancaran dalam memproduksi barang dan akan mengambil waktu yang cukup lama untuk memproduksi ulang barang pesanan konsumen sebaliknya apabila alat mesin produksi percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin aman dan layak pakai tanpa ada kerusakan atau hambatan dalam memproduksi barang maka hasilnya pun akan maksimal sehingga waktu dalam pemesanan dengan pelanggan dapat dengan cepat terselesaikan dengan baik sesuai dengan waktu yang ditentukan atau yang disepakati antara pihak perusahaan dengan pelanggan maka secara tidak langsung pelanggan akan sangat merasa puas terhadap barang yang dipesankan karena sudah siap untuk digunakan dengan tepat waktu sesuai perjanjian dengan perusahaan dan pelanggan pun merasa dihargai akan ketepatan waktu perusahaan dalam melayani pesanan produk dari pelanggan. Apabila mesin produksi

aman dan baik untuk digunakan maka apa yang diharapkan perusahaan untuk melancarkan kegiatan usahanya akan terlaksana dengan baik. Sehingga perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin selalu memperhatikan pemeliharaan alat mesin produksi agar tetap bisa digunakan tanpa menghambat kelancaran kegiatan usaha.

(2.4) SDM

Sumber daya yang berkualitas akan mempengaruhi mutu produk yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin mengembangkan sumber daya manusia untuk membentuk personal yang berkualitas dengan memiliki keterampilan, kemampuan kerja, loyalitas kerja kepada suatu perusahaan karena dengan keterampilan teknik (*technical skill*), keterampilan karyawan (*human skill*), dan keterampilan manajer (*managerial skill*) karyawan akan semakin baik, sehingga karyawan akan memberikan manfaat baik pula bagi masyarakat atau konsumen karena mereka akan memperoleh barang atau pelayanan yang lebih bermutu. Selain itu perusahaan juga melakukan pengembangan sumber daya manusia karena dengan pengembangan sumber daya manusia perusahaan dapat

meningkatkan efisiensi tenaga, waktu, bahan baku, dan mengurangi ausnya alat mesin. Dengan begitu pemborosan akan berkurang, sehingga biaya produksi relatif kecil dan daya saing perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin semakin besar.

- (3) Berkomunikasi dengan konsumen
Perusahaan tentu menginginkan agar konsumen tetap kembali untuk membeli dan menggunakan produk-produk yang dihasilkannya. Perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin tetap terhubung dengan para konsumen atau pelanggannya dan tidak mengabaikan konsumennya setelah melakukan pembelian. Perusahaan ini melakukan komunikasi dengan pelanggan dengan cara melalui media sosial atau tatap muka secara langsung tujuannya tak lain adalah untuk meminta pendapat atau memberikan penilaian terhadap produk atau jasa yang dihasilkannya. Perusahaan siap menerima tanggapan dari konsumen atau pelanggan baik itu tanggapannya bersifat positif maupun negatif terhadap produk yang dihasilkannya. Dengan tanggapan dari pelanggan maka pemimpin perusahaan akan temotivasi untuk selalu memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada pada produk yang dibuat kemudian melakukan perubahan yang lebih baik lagi untuk produknya berdasarkan umpan balik tersebut. Dengan perubahan yang dilakukan perusahaan diharapkan kebutuhan konsumen dapat terpenuhi dan berusaha untuk terus

berkembang dan berubah sesuai pasar.

- 3) Kendala yang dihadapi oleh perusahaan dalam melakukan kegiatan promosi dalam upaya meningkatkan kinerja perusahaan adalah sebagai berikut:

- (1) Pemilihan waktu

Memilih waktu yang tepat untuk memasarkan produk sifatnya sangat penting. Perusahaan terkadang kurang tepat dalam pemilihan waktu dalam memasarkan produknya. Hal ini terjadi disaat mengadakan kegiatan promosi konsumen tidak sedang ada minat untuk membeli atau menggunakan produk tersebut atau bahkan contohnya dalam kegiatan promosi melalui media sosial. Efektivitas semacam ini bisa dilakukan dengan cara mengetahui jam-jam ramai penggunaan media sosial. Penggunaan media sosial hanya akan online disaat ada waktu luang saja untuk memegang gadget mereka. Jadi semua jam dan waktu memiliki nilai efektivitas yang tinggi untuk melakukan pemasaran produk.

- (2) Media promosi yang kurang efektif

Media promosi yang digunakan oleh perusahaan belum efektif menyentuh pasar. Semua media promosi pasti mempunyai kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Media promosi yang kurang efektif dapat mempengaruhi sedikit banyaknya konsumen atau pelanggan yang mengetahui akan produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Sehingga perusahaan harus cerdas dalam memilih media promosi untuk mempromosikan produk atau jasa untuk mendekati produk kepada calon konsumen atau pelanggan.

- (3) Tidak mengukur efektivitas promosi
Seiring berjalannya waktu, usaha atau bisnis yang akan dijalankan perusahaan akan membutuhkan lebih banyak aktivitas marketing contohnya saja seperti kegiatan promosi. Perusahaan belum efektif dalam mengukur kegiatan promosi. Setelah adanya pengukuran kegiatan promosi atau biaya yang dikeluarkan perusahaan perlu memantau hasilnya sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan-perbaikan untuk hasil yang lebih baik di masa depan.

PENUTUP

1. Kesimpulan

Pada bagian akhir penulisan laporan penelitian skripsi ini penulis mencoba mengambil beberapa kesimpulan yang terkandung dalam skripsi ini dan kemudian mencoba memberikan beberapa saran bagi perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin sebagai usaha untuk meningkatkan kinerja perusahaan, sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai sesuai yang diharapkan. Adapun kesimpulan tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Kebijakan promosi yang dilakukan oleh perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin masih kurang tepat. Bentuk-bentuk promosi dalam kegiatan pemasaran belum sepenuhnya digunakan oleh perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin hanya mengandalkan yang sudah ada. Dengan pelaksanaan kegiatan promosi yang tepat dan efektif maka konsumen atau pelanggan juga akan tertarik untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang dimiliki oleh perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin.
- 2) Perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin merupakan

perusahaan perseorangan yang bergerak dibidang jasa percetakan. Masalah yang dihadapi dari tahun ketahun dalam perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin adalah banyaknya persaingan antara perusahaan percetakan satu dengan perusahaan percetakan yang lainnya sehingga perusahaan ini selalu berusaha untuk terus mempertahankan usahanya dari banyaknya pesaing-pesaing antar perusahaan percetakan. Kualitas produk yang bagus menjamin banyaknya konsumen atau pelanggan yang akan menggunakan produk atau jasa perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin dan pelanggan akan merasa sangat puas dari hasil produk yang dihasilkan perusahaan sehingga pelanggan loyal terhadap produk tersebut. Tetapi tidak hanya kualitas produk saja yang ditonjolkan di perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin tetapi pelayanan yang baik dan ramah kepada pelanggan juga menjadi salah satu keunggulan di perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin, karyawan yang dididik untuk memberikan keramahan kepada pelanggannya serta tetap terjalin hubungan baik dengan konsumennya.

- 3) Dalam melakukan kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin terdapat masalah-masalah atau kendala-kendala yang dihadapi oleh perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin hal ini dapat menghambat dalam melaksanakan kegiatan promosi dan sangat berpengaruh terhadap kelancaran aktivitas usaha yang dijalankan oleh perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin diantaranya yaitu: pemilihan waktu, media promosi yang kurang efektif, tidak mengukur efektivitas promosi.

2. Saran

Dari kesimpulan yang telah penulis kemukakan maka berikut ini penulis akan mengemukakan beberapa saran untuk membantu perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi yaitu:

- 1) Kegiatan promosi yang dilaksanakan oleh perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin memang sudah baik, akan tetapi lebih baik lagi jika kegiatan promosi yang dilaksanakan oleh perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin lebih dikembangkan lagi bukan hanya mengandalkan yang sudah ada, karena dengan promosi yang tepat dan efektif akan menghasilkan keuntungan yang baik pula bagi perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin dalam meningkatkan kinerja suatu perusahaan. Kegiatan promosi di perusahaan ini menjadi bagian dari keberhasilan perusahaan tersebut, apabila promosi tidak dikembangkan dengan baik maka akan berakibat tidak baik pula untuk kemajuan perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin dalam meningkatkan kinerja perusahaan.
- 2) Agar perusahaan tetap mampu bersaing dengan perusahaan percetakan lainnya perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin harus lebih meningkatkan kualitas produk yang dimiliki dengan menginovasikan produk-produknya dengan mengikuti perkembangan zaman untuk model atau bentuk yang didesain agar pelanggan tidak bosan akan produk yang bentuk dan desainnya yang sudah ketinggalan zaman.
- 3) Sebaiknya pemimpin perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin lebih cermat dalam mengelola pelaksanaan kegiatan promosi agar tidak terjadi kesalahan atau masalah-masalah yang muncul dalam kegiatan promosi sehingga produk yang akan dipromosikan nantinya tepat sasaran dalam memasarkan produknya sehingga pelanggan juga tidak berpaling dengan produk lain dari para pesaing-pesaingnya.
- 4) Agar perusahaan percetakan CV. Azkia Production Banjarmasin dalam melakukan kegiatan promosi berjalan dengan lancar sesuai yang diharapkan perusahaan sebaiknya pemimpin perusahaan juga memberikan evaluasi terhadap karyawan-karyawannya untuk mendiskusikan dengan seksama kesulitan-kesulitan apa saja yang dialami sehingga dapat memperbaiki kesalahan atau kekurangan-kekurangan yang ada serta dapat mengukur tingkat keberhasilan suatu perusahaan dan dapat memecahkan masalah-masalah yang timbul selama pelaksanaan kegiatan promosi itu diterapkan sehingga dengan begitu akan mendapatkan jalan keluarnya secara bersama-sama dan dijadikan sebagai acuan dalam mengambil keputusan di masa mendatang.

REFERENSI

- Ali Hasan, (2014), *Marketing dan kasus-kasus pilihan cetakan 1*. Yogyakarta: CAPS.
- Assauri, Sofyan, (2004), *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Boyd, et. al, (2010), *Manajemen Pemasaran; Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Jakarta: Erlangga.
- Binarupa Aksara, (2000), *Manajemen koperasi atau Produksi*. Jilid 2 edisi kedelapan, Buffa sarin, Jakarta.
- Buchari Alma DR, (2001), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.

- Daryanto, (2014), *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Doyle, Peter, (1998), *Marketing Management*. Edisi 4. New York: Mc Graw Hill.
- Fandy Tjiptono, (2004), *Strategi Pemasaran*. Edisi kedua. Yogyakarta: Andi.
- Hasibuan, Malayu S.P., Drs., (2007), *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi revisi, Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Laksana, Fajar, (2008), *Manajemen Pemasaran*. Edisi pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Luthans, F, (2005), *Organizational Behavior*. New York: Mc Graw-hill.
- Moleong, Lexy J, (2007), *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Penerbit PT. Remaja Rosdakarya Offset, Bandung.
- Moehariono, (2012), *Pengukuran kinerja berbasis kompetensi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Philip Kotler, (2007), *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Pontas M. Pardede, (2007), *Manajemen Operasi dan Produksi teori, model, dan kebijakan*, CV. ANDI OFFSET, Yogyakarta.
- Prawirosentono, Suryadi, (1999), *Kebijakan Kinerja Karyawan*, Yogyakarta: BPFE.
- Rangkuti, Freddy (2001), *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rokhmi, S, (2014), *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Penjualan Produk di PT United Indo Surabaya*. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen.
- Soehardi Sigit, (2004), *Marketing Praktis*, Armurita, Yogyakarta.
- Soemarsono, SR, (2008), *Peranan harga Pokok Dalam Penentuan Harga Jual*, ESG, Jakarta.
- Srimindiarti, Ceacilia, (2004), *Balanced Scorecard Untuk Mengukur Kinerja*. Fokus ekonomi.
- Sugiyono, (2007), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Stanton, William J, (2001), *Marketing*, Edisi ke-12. New York, USA: McGraw-Hill Irwin.
- Stanton, William J, (2002), *Prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Swastha, Basu (1996), *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi 1, Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu., D.H & Irawan, (2000), *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua. Cetakan Keempat. Yogyakarta: Liberty

