

ARTIKEL ILMIAH

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MEBEL RAHMA (Studi Kasus Pada
Usaha Mebel Rahma Di Alalak Tengah Kecamatan Banjarmasin Utara)

Oleh :

NAMA : Abdurrahman

NPM : 16.31.0841

Pembimbing I : HUSNURROFIQ, SE.,M.Si

Pembimbing II : HAIRUL, SE., MM



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM KALIMANTAN (UNISKA)
MUHAMMAD ARSYAD AL-BANJARI
BANJARMASIN
2020

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MEBEL RAHMA (STUDI KASUS PADA USAHA MEBEL RAHMA DI ALALAK TENGAH KECAMATAN BANJARMASIN UTARA)

Abdurrahman¹, HUSNURROFIQ², dan HAIRUL³

¹Mahasiswa (S-1) Manajemen,61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB, 16.31.0841

^{2,3}Dosen (S-1) Manajemen,61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB

Email : abdrahman615151@gmail.com

ABSTRAK

Berkembangnya pertumbuhan bisnis membuat para pelaku usaha semakin kompetitif bersaing dalam memperebutkan pangsa pasar, apalagi jika produk-produk yang dijual sejenis atau sama, para pelaku usaha hendaknya mengetahui strategi, sasaran, pangsa pasar agar produk yang ditawarkan bisa di pasarkan tepat sasaran.

Usaha tidak lepas dari peran pemasaran agar produk yang ditawarkan bisa meningkat dan perkembangan bisnis semakin pesat. Mebel Rahma adalah usaha yang bergerak dalam bidang penjualan dan pemesanan mebel seperti penjualan meja, kursi, lemari dan lain-lain. Permasalahan yang sedang dihadapi Mebel Rahma yaitu banyaknya produk yang sejenis dengan usaha lain, Menyadari kondisi tadi maka penulis meneliti Analisis Strategi Pemasaran Mebel Rahma untuk mengkaji strategi pemasaran mebel Rahma untuk meningkatkan volume penjualan.

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif yang terdiri dari indikator bauran pemasaran seperti strategi Produk, strategi distribusi, strategi promosi dan strategi harga dan teknik penelitian yang digunakan yaitu melalui wawancara, observasi dan dokumentasi kemudian dilakukan analisa dengan pendekatan studi kepustakaan kemudian dideskripsikan melalui pendekatan kualitatif deskriptif.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Mebel rahma bisa melakukan cara meningkatkan kualitas produk, menghitung keuntungan penjualan, memberi diskon serta memberikan pelayanan terbaik dan meningkatkan strategi promosi dengan cara online melalui sosial media sehingga pendapatan dapat meningkat dan menambah keuntungan bagi usaha mebel Rahma.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Strategi Pemasaran Mebel Rahma, Bauran Pemasaran

ABSTRACT

The development of business growth makes business actors more competitive in competing for market share, especially if the products are sold in the same or the same way, business actors should know the strategies, targets, market share so that the products offered can be marketed on target.

Business cannot be separated from the role of marketing so that the products offered can be increased and business development can accelerate. Mebel Rahma is a business that is engaged in selling and ordering furniture such as selling tables, chairs, cabinets and others. The problem that is being faced by Rahma Furniture is the number of products that are similar to other businesses. Realizing this condition, the authors examine Rahma Furniture Marketing Strategy Analysis to examine Rahma's furniture marketing strategy to increase sales volume.

The method used is a qualitative method which consists of indicators of the marketing mix such as product strategy, distribution strategy, promotion strategy and price strategy and research techniques used are through interviews, observation and documentation then analyzed with a literature study approach and then described through a descriptive qualitative approach.

The results showed that Rahma Furniture can improve product quality, calculate sales profits, provide discounts and provide the best service and improve promotional strategies online through social media so that income can increase and increase profits for Rahma's furniture business.

Keywords: Marketing Strategy, Rahma Furniture Marketing Strategy, Marketing Mix

Pendahuluan

Kondisi pertumbuhan bisnis di Indonesia sekarang ini cukup tinggi sehingga membuat pelaku usaha bersaing dalam memperebutkan pangsa pasar supaya produk yang dijual bisa lebih diminati oleh konsumen dan bisa tetap bertahan dipasar. Hal tersebut membuat pelaku usaha hendaknya bisa menyusun strategi agar dapat mencapai tujuan usaha terutama dalam hal strategi seperti strategi pemasaran, strategi operasional dan strategi lainnya. Terutama dalam hal strategi pemasaran karena strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan dalam membangun usaha. Menurut William J. Stanton yang dikutip oleh Basu Swastha, dikatakan bahwa pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk perencanaan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan, baik pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial. Swastha DH (1983 ; 5) Mebel Rahma adalah usaha yang bergerak dalam bidang penjualan dan pemesanan mebel seperti penjualan meja, kursi, lemari dan lain-lain Berdiri pada tahun 1988. Pendiri usaha tersebut adalah Bapak Yusi akan tetapi permasalahan yang dihadapi Mebel Rahma yaitu banyaknya produk yang sama dan sejenis dengan produk usaha mebel lainnya yang berkawasan di alalak tengah, oleh karena itu usaha mebel rahma hendaknya melakukan inovasi atau strategi untuk membuat usaha mebel Rahma semakin bisa bersaing dan bertahan untuk merebut pangsa pasar konsumen terutama dalam hal strategi pemasaran, Menyadari kondisi tersebut maka penulis meneliti Analisis Strategi Pemasaran Mebel Rahma untuk mengkaji lebih tentang

strategi pemasaran usaha mebel Rahma untuk lebih meningkatkan volume penjualan sehingga bisa merebut pangsa pasar.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian dengan metode kualitatif. Penelitian yang menggunakan.

Menurut Saryono (2010) penelitian kualitatif adalah penelitian yang menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh social yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif.

pendekatan kualitatif bertujuan menggali atau membangun satu proposi atau menjelaskan makna dibalik realita. Peneliti berpijak dari realita atau peristiwa yang berlangsung di lapangan. Dalam metode penelitian kualitatif akan menggunakan prosedur penelitian yang menghasilkan data berupa deskriptif dari ucapan atau tulisan dan perilaku objek itu sendiri. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada data yang berupa kata atau gambar dan tidak menekankan pada angka.

Hasil Pembahasan

Analisis Strategi Pemasaran Mebel Rahma Dalam Meningkatkan volume penjualan

Setelah melakukan pengamatan dan penelitian pada Usaha Mebel Rahma mengenai strategi yang dilakukan peneliti akan menganalisis data dari pengamatannya

Di bawah ini akan dijelaskan secara terperinci mengenai strategi pemasaran :

1. Penetapan pasar/segmentasi pasar dan Pembidikan Pasar

Dalam penempatan/segmentasi pasar Mebel Rahma bisa melakukan pembagian kelompok sesuai dengan target produk yang akan dibuat contohnya melihat konsumen

dari jenis kelaminnya, gaya hidupnya dan status ekonominya apa yang mereka butuhkan dan bisa juga melakukan segmentasi pasar pada sosial media dengan cara memposting berbagai model mebel yang up to date dengan motif mebel yang menarik

Dalam penetapan pasar yang dilakukan mebel memilih segmen yang akan dimasuki dan memutuskan untuk memasuki segmen masyarakat kalangan menengah sampai atas dalam penentuan posisi Pasar Mebel rahma mempunyai keunggulan dari pada mebel lain yaitu mengutamakan kualitas bahan namun harga tetap terjangkau selain itu menerima barang return konsumen apabila barang tidak sesuai dengan pesanan.

Bauran Pemasaran/Marketing mix

Menurut Lupiyoadi (2006:70), Bauran pemasaran merupakan alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan positioning yang ditetapkan dapat berjalan sukses.

1). Produk

Semakin baik kualitas produk yang diberikan maka konsumen akan semakin berniat melakukan pembelian. Produk yang dihasilkan oleh mebel rahma seperti meja makan, kursi ruang tamu, lemari, meja hias, meja komputer dan lain-lain semua produk tersebut menggunakan bahan kayu. Pengembangan produk dilakukan dengan mengikuti selera konsumen sebelum barang dikirim ke konsumen produk tersebut di cek dahulu untuk menghindari adanya barang cacat. Mebel

rahma harus memperhatikan kualitas dan pengembangan produk dari segi bentuk dan selalu berinovasi terhadap model produk-produk baru sehingga menarik minat dri konsumen.

2) Harga

Salah satu hal yang terpenting dalam usaha yaitu harga maka mebel Rahma harus menyusun strategi harga dengan berbagai keputusan yang terkodinasi. Harga bisa bersifat fleksibel di karenakan kenaikan bahan baku dan biaya pemasaran dan lain-lain Dalam menentukan harga melihat dari mutu dan kualitas produk dan adanya tambahan biaya operasional lainnya maka mebel hendanya mengambil laba sebesar 40% dari biaya total produksi. Serta pemberian harga cukup standart dan terjangkau dibandingkan dengan pesaing lainnya

3) Promosi

Promosi yang dilakukan mebel Rahma yaitu dengan cara mulut ke mulut agar yang bisa dilakuakn mebel rahma untuk meningkatkan penjualan dengan promosi yaitu hendaknya mebel Rahma melakukan promosi dengan cara menggunakan media iklan di tivi, televisi, sosial media,instagram, dan facebook, blog, web atau membuat spanduk, baleho, brosur yang dibagikan ke orang lain

- Penjualan pribadi atau personal selling

Melakukan promosi secara langsung kepada calon konsumen

- **Publitas**
Membuat berita tentang produk ke publik misalnya seperti membuat halaman resmi instagram, facebook dan google drive agar mempermudah calon konsumen untuk melihat produk yang dijual oleh mebel ananda
- **Promotion penjualan**
Agar lebih menarik minat konsumen maka Mebel rahma bisa melakukan potongan harga apabila ada konsumen membeli unit mebel dengan jumlah banyak.

4) **Distribusi**

Distribusi termasuk aktivitas perusahaan untuk membuat produk tersedia bagi konsumen sasaran. Setiap perusahaan haruslah memiliki pandangan saluran distribusi keseluruhan terhadap masalah distribusi dari produknya ke pemakai Philip Kotler (1996 ; 181)
Untuk memperlancar usaha mebel Rahma maka di sarankan mebel rahma untuk meningkatkan saluran distribusi agar penjualan tepat pada segmen pasar.

Kesimpulan

Strategi pemasaran yang dilakukan mebel rahma yaitu mengacu kepada *Marketing Mix* / bauran pemasaran yaitu :
Strategi Produk yaitu Mebel rahma harus memperhatikan kualitas dan pengembangan produk dari segi bentuk dan selalu berinovasi

terhadap model produk-produk baru sehingga menarik minat dri konsumen. Strategi distribusi yaitu Untuk memperlancar usaha mebel Rahma maka di sarankan untuk meningkatkan saluran distribusi agar penjualan tepat pada segmen pasar. Strategi promosi yaitu hendaknya mebel Rahma melakukan promosi dengan cara menggunakan media iklan di tivi, televisi, sosial media,instagram, dan facebook, blog, web atau membuat spanduk, baleho, brosur yang dibagikan ke orang lain serta melalui pemasaran mulut ke mulut Strategi harga yaitu harga cukup standart dan terjangkau dibandingkan dengan pesaing lainnya dan dengan cara mengikuti ternd pasar dengan cara memberikan pelayanan terbaik dengan bersikap ramah, respon cepat, testimoni dari konsumen, memperluas jaringan dan meningkatkan kualitas standar produk.

Daftar Pustaka

- Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Raja Grafindo, 2007
Anoraga, Panji, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2011
DH., Basu Swastha, *Azas-azas Marketing*, Yogyakarta: Liberty, 1983
Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran Edisi I*, Jakarta: PT. Prehalindo, 1997
Hamdani, Lupiyoadi *Manajemen Pemasaran edisi kedua*, Jakarta : Selemba Empat, 2006
Johan, Suwinto, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011

Saryono,2010, Metode penelitian
kualitatif, PT. Alfabeta, Bandung