

ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO ALI PONSEL PANGERAN DI BANJARMASIN

Muhammad Arifani^{1*}, Farida Yulianti², Periyadi³

¹Program Studi Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, NPM 16310979

²Program Studi Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, NIDN 1121076901

³Program Studi Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, NIDN 1124048602

*email: m.arifani94@gmail.com

ABSTRAK

Toko Ali Ponsel Pangeran yang beralamat di Jl. Pangeran Rt. 12 No. 25 di Banjarmasin merupakan toko eceran dan partai untuk voucher internet, aksesoris handphone dan Pulsa. Penjualan toko yang menurun memerlukan strategi bauran pemasaran yang efektif untuk meningkatkan kembali omzet penjualan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskripsi yaitu strategi bauran pemasaran untuk meningkatkan penjualan toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin. Tujuan Penelitian: 1) untuk mengetahui bauran pemasaran yang diterapkan dalam upaya meningkatkan omzet penjualan pada toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin 2) untuk mengetahui langkah-langkah yang seharusnya diterapkan dimasa yang akan datang dalam upaya meningkatkan omzet penjualan pada toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin. Hasil Penelitian: 1) Strategi Bauran pemasaran untuk produk yang dilakukan oleh toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin dapat ditemukan dari aspek produk yaitu dengan menjaga kualitas produk, tipe, warna yang lengkap serta desain-desain yang berubah sesuai kebutuhan pasar. 2) Harga jual yang ditawarkan oleh toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin juga sesuai dengan kualitas produk serta adanya pemberian potongan harga, hadiah atau doorprize dan subsidi sesuai dengan ketentuan dari toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin dengan harga yang relatif bersaing. 3) Toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin telah melakukan promosi, namun masih sangat terbatas karena masih minimnya tenaga-tenaga pemasaran. 4) Toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin merupakan salah satu toko penjualan resmi kouta internet, aksesoris handphone, paket data dan pengisian ulang pulsa yang memiliki lokasi yang cukup strategis karena terletak di tengah kota Banjarmasin yang memudahkan akses bagi konsumen, untuk membeli produk.

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Strategi, Penjualan

ABSTRACT

Ali Mobile Prince Shop located at Jl. Pangeran Rt. 12 No. 25 in Banjarmasin is a retail and party store for the internet vouchers, mobile accessories and pulse. Declining store sales require an effective marketing mix strategy to re-increase sales turnover. The method used in this research is a qualitative method of description of marketing mix strategy to increase the sales of Ali Mobile Prince store in Banjarmasin. Research objectives: 1) To know the marketing mix applied in the effort to increase sales turnover at the Ali Mobile Pangeran shop in Banjarmasin 2) To know the steps that are supposed to be applied in the future in an effort to increase the turnover of sales in the shop Ali Mobile Pangeran in Banjarmasin. Research results: 1) Marketing mix strategy for products done by the shop Ali Mobile Pangeran in Banjarmasin can be found from the aspect of the product is to maintain the product quality, type, complete color and designs that change according to market needs. 2) The selling price offered by Ali Mobile Prince shop in Banjarmasin also corresponds to the quality of the product as well as the provision of discounted prices, prizes or doorprizes and subsidies in accordance with the provisions of the shop Ali Mobile Pangeran in Banjarmasin at a relatively competitive price. 3) Ali Mobile Prince Shop in Banjarmasin has been promoting, but still very limited because of the lack of marketing workers. 4) Ali Mobile Prince Shop in Banjarmasin is one of the official sales shop Kouta Internet, handphone accessories, data package and recharge that has a strategic location because it is located in the middle of Banjarmasin that facilitates access for consumers, to buy products.

Keywords: Marketing Mix, Strategy, Sales

PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan komunikasi begitu pesatnya sehingga suatu berita yang dulunya memerlukan waktu yang lama untuk diketahui oleh orang yang jaraknya berjauhan saat ini bisa diketahui dalam hitungan detik saja bahkan orang yang berjauhan tersebut bisa berkomunikasi dan bercakap-cakap langsung melalui handphone sehingga seperti jarak sudah merupakan bukan halangan.

Perkembangan teknologi informasi yang demikian pesat tersebut tentunya berdampak langsung terhadap usaha atau perusahaan atau toko yang bergerak menjual produk-produk dibidang tersebut termasuk diantaranya counter atau usaha penjualan kartu perdana internet, aksesoris handphone, kartu perdana, paket data, pengisian ulang pulsa dan perlengkapan lainnya.

Pada dasarnya tujuan utama dalam mendirikan sebuah perusahaan atau toko adalah mencari laba semaksimal mungkin. Keberhasilan suatu perusahaan atau toko dalam mencapai tujuan itu sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan atau toko dalam memasarkan produknya. Perusahaan atau toko dapat menjual produknya dengan harga yang mengantungkan pada tingkat kualitas yang diharapkan, akan mampu mengatasi tantangan dari para pesaing terutama dalam bidang pemasaran.

Oleh karena itu untuk menarik konsumen melakukan pembelian maka perusahaan atau toko itu harus bisa menerapkan suatu pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi. Keberhasilan pemasaran itu dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu riset dan analisa pasar, keputusan tentang produk, penetapan harga, promosi dan distribusi.

Menurut Philip Kotler, (2006:10) agar produk yang dipasarkan dapat berhasil, maka perusahaan harus menggunakan konsep pemasaran yang meliputi manfaat, mutu atau kualitas dan kepuasan antara kebutuhan dengan keinginan, sehingga perusahaan akan memperoleh target peningkatan omzet penjualan yang diinginkan. Sedangkan suatu produk berapapun bermanfaat tapi jika tidak dikenal oleh konsumen, maka produk tersebut tidak akan diketahui kemanfaatannya. Oleh karena itu perusahaan harus bisa

mempengaruhi peningkatan omzet penjualan untuk seluruh produk yang dihasilkan dengan disertai oleh peningkatan peningkatan omzet penjualan.

Kelurahan Pangeran yang terletak dipinggir Sungai Kuin memiliki sejarah panjang, bahkan di zaman kerajaan Banjar merupakan daerah inti kerajaan yang merupakan kota Banjarmasin, sejalan dengan perkembangan pembangunan ini tentunya kebutuhan hidup pekerja atau penghuni kawasan pangeran semakin besar kebutuhannya akan sarana komunikasi.

Saat ini komunikasi sudah menjadi kebutuhan hidup primer seperti sandang pangan dan papan karena apabila sehari saja orang tidak memegang handphone maka seperti terasa ada bagian hidupnya yang hilang maka dari itu saat ini semua orang memiliki handphone dari sekolah dasar sampai kakek-kakek semuanya mempunyai handphone bahkan yang buta huruf juga punya handphone walaupun tidak bisa mengetik SMS tetapi masih bisa menelpon sehingga akibat semua orang mempunyai handphone keperluan akan pulsa, paket data dan perlengkapan handphone lainnya juga meningkat drastis sehingga membuka peluang yang baik untuk usaha penjualan kartu perdana internet dan aksesoris handphone tersebut.

Toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin pada periode januari – mei 2020 mendapatkan penjualan ecer sebesar Rp 515.841.000,00.

METODE

Metode Penelitian

Penelitian ini menguraikan dan memahami kejadian atau kenyataan yang ada pada toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin terhadap strategi bauran pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskripsi metode penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang berlangsung saat ini atau saat yang lampau.

Dengan metode kualitatif deskripsi data yang terkumpul akan dianalisis yaitu membuat gambaran atau lukisan yang secara sistematis dan faktual tentang analisis strategi bauran

pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin Penelitian ini tidak mengadakan manipulasi atau perubahan pada variabel-variabel bebas, tetapi menggambarkan suatu kondisi apa adanya. yaitu penelitian yang mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada menurut apa adanya (Arikunto, (2015:277).

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin yang berlokasi Jl Pangeran RT 12 no 25 Kelurahan Pangeran Kalimantan Selatan. Toko ini bergerak dalam penjualan kartu perdana internet, aksesoris handphone, kartu perdana, paket data dan pengisian ulang pulsa.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam skripsi ini peneliti menggunakan beberapa teknik penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan. Adapun teknik pengumpulan data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan bahan-bahan referensi dari beberapa literatur yang ada relevansinya dengan permasalahan yang dibahas, khususnya literatur manajemen pemasaran. Kemudian literatur-literatur tersebut dibandingkan untuk dijadikan landasan teoritis bagi alternatif pemecahan masalah yang dihadapi oleh toko.

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan secara langsung ke Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin yang menjadi objek penulisan skripsi ini untuk memperoleh data dan informasi yang lebih lengkap mengenai permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini.

Adapun teknik yang dilakukan dalam penelitian lapangan ini adalah sebagai berikut:

- 1). Data primer yaitu data yang didapat dari hasil wawancara dan observasi pada toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin berupa data pemberian insentif baik berupa materi maupun non materi, kehadiran karyawan, keluar masuk karyawan dan berbagai data yang didapat dari hasil wawancara dan observasi.
- 2). Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari hasil dokumenter baik dalam bentuk data jumlah tenaga kerja, jumlah peningkatan omzet penjualan paket data dan data lain nya yang dianggap relevan dengan penelitian.
- 3). Observasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung pada objek penelitian.
- 4). Wawancara adalah suatu teknik dengan cara mengadakan interview langsung kepada responden dan tanya jawab langsung dengan pimpinan toko sebagai pembanding, data tersebut adalah laporan peningkatan omzet penjualan tahunan, baik berupa materi maupun non materi, bauran pemasaran yang sedang dijalankan, dan data lapangan lainnya.
- 5). Dokumentasi adalah suatu teknik pengumpulan data-data tertulis yang ada di toko dan data tersebut mempunyai hubungan yang erat dengan penelitian, data yang diperoleh berupa data laporan peningkatan omzet penjualan dan bauran pemasaran.

Pengolahan dan Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisa secara deskripsi yaitu dilakukan dengan perhitungan angka rata-rata dalam persentase dilihat dari tingkat omzet penjualan aksesoris handphone, kartu perdana, paket data dan pengisian ulang pulsa. Dalam penelitian ini metode analisis yang digunakan oleh penulis adalah metode deskripsi. Analisis deskripsi bertujuan untuk menganalisis bauran pemasaran yang diterapkan oleh toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Strategi dalam promosi memegang peranan penting. Promosi sebagai alat untuk informasi mengenai produk toko. Promosi merupakan salah satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran, dan sering dikatakan sebagai “proses berlanjut”, ini disebabkan karena promosi dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari toko.

Dalam promosi dikenal istilah bauran promosi atau bauran pemasaran, promosi adalah salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran, betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mengenal ataupun mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Adapun strategi promosi yang dilakukan oleh toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin dengan menggunakan bauran promosi adalah sebagai berikut:

1. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan adalah komunikasi non-individu, dengan sejumlah biaya, melalui berbagai media yang dilakukan oleh toko, lembaga non laba, serta individu-individu. Periklanan bersifat menjangkau masyarakat luas (massal), tidak pribadi tapi secara langsung dengan audien (impersonal) dan dapat menyampaikan gagasan secara menyakinkan dan menimbulkan efek yang dramatis (ekspresif). Periklanan dapat dipandang sebagai kegiatan penawaran kepada suatu kelompok masyarakat baik secara lisan ataupun dengan penglihatan (berupa berita), tentang suatu produk, jasa atau ide, alat periklanan yang digunakan toko Ali Ponsel Pangeran yaitu:

1). Iklan Cetak

Yaitu iklan yang dibuat dan dipasang dengan menggunakan teknik cetak, baik cetak dengan teknologi sederhana maupun teknologi tinggi, beberapa bentuk iklan cetak seperti:

(1). Spanduk

Spanduk merupakan salah satu media iklan yang efektif menjangkau semua elemen masyarakat terutama masyarakat kalangan menengah ke atas. Iklan dengan menggunakan spanduk ini memiliki kelebihan yang sifat pesan-pesannya permanen, tahan lama, dapat dilihat dari jarak jauh dan masyarakat dapat mengatur tempo dalam membacanya. Kelebihan inilah yang membuat beriklan dengan spanduk yang efektif. Apalagi spanduk dirancang sedemikian rupa agar menarik perhatian masyarakat dengan tujuan agar mereka menangkap pesan tertulis yang disampaikan, toko Ali Ponsel Pangeran menggunakan media promosi dengan spanduk dengan membentangkannya di lokasi usaha. Spanduk yang dibuat berbahan digital print dan memiliki tulisan yang besar serta warna warni, hal ini agar konsumen memiliki daya tarik untuk melihatnya serta membeli produk yang di iklankan.

(2). Poster

Poster adalah sebuah karya seni grafis yang dibuat dengan perpaduan antara huruf dan angka diatas kertas yang ukurannya relatif besar. Poster ini umumnya ditempel didinding atau permukaan yang relatif datar di tempat-tempat umum yang ramai agar informasi dan pesan yang ada didalam poster tersebut bisa tersampaikan kepada masyarakat. Toko Ali Ponsel Pangeran juga menggunakan salah satu media iklan cetak poster yang langsung disediakan oleh operator yang di temple di dinding-dinding toko. Poster tersebut sebagai media informasi tarif internet maupun tariff relpon dan sms. Untuk poster aksesoris

handphone juga digunakan sebagai pemberitahuan untuk konsumen bahwa barang tersebut tersedia di toko Ali Ponsel Pangeran.

2). **Promosi Penjualan (Sales Promotion)**

Promosi penjualan adalah kegiatan-kegiatan pemasaran selain *personal selling*, periklanan, dan publisitas, yang mendorong efektivitas pembelian konsumen dan pedagang dengan menggunakan alat-alat seperti peragaan, pameran, demonstrasi, dan sebagainya.

(1). **Kupon berhadiah**

Pihak toko Ali Ponsel Pangeran sering menyarankan kepada setiap pembeli untuk menyimpan dan mengumpulkan kupon hadiah pembeliannya. Apabila kupon hadiah itu sudah terkumpul 10 lembar maka dapat ditukarkan ke toko Ali Ponsel Pangeran tersebut dan akan mendapatkan hadiah 1 souvenir cantik atau pulsa senilai 10.000 rupiah.

(2). **Hadiah**

Hadiah yang diberikan pihak toko Ali Ponsel Pangeran seperti mendapatkan gelas, piring, mangkok, asbak rokok, gantungan kunci menarik serta kabel data komputer. Semua hadiah itu bisa ditukarkan dengan 10 lembar kupon hadiah.

(3). **Undian**

Toko Ali Ponsel Pangeran bekerjasama dengan pihak operator. Pihak operator membantu mengadakan undian berhadiah bertujuan untuk meramaikan ponsel dan juga sebagai bentuk promosi barang operator tersebut agar masyarakat mengetahui secara luas. Mengenai hadiahnya pihak operator dan toko bekerjasama

untuk pengadaannya. Adapun syarat-syarat untuk mendapatkan hadiah yaitu, dengan khusus pemakai kartu tersebut membeli kartu dan langsung mengisi pulsa minimal isi pulsa 10 ribu dan nomer yang tertera di kartu bisa di masukkan kedalam kotak yang telah disediakan dari pihak operator dan akan diundi pada waktu yang telah ditentukan hadiahnya pun beraneka ragam seperti, handphone, kompor gas, ricecooker, kipas angin, blender dan lain sebagainya.

(4). **Informasi dari mulut ke mulut**

Promosi yang sering kita jumpai adalah promosi dari mulut ke mulut. Promosi ini terjadi karena adanya intreraksi anatara penjual dengan pembeli atau juga dari pembeli dengan orang lain, selanjutnya bisa sambung-menyambung dari mulut ke mulut. Informasi dari mulut ke mulut adalah bentuk promosi dengan cara menyebarkan informasi mengenai barang/jasa melalui obrolan dari seseorang ke orang lain. Dalam hal ini peranan orang sangat penting dalam mempromosikan barang/jasa. Dengan promosi dari mulut ke mulut yang kuat, maka pelanggan yang datang bisa langsung melihat langsung ke lokasi toko Ali Ponsel Pangeran yang ada dikota Banjarmasin. Informasi dari mulut kemulut ini sangat berpengaruh dari keramahan pelayanan karyawan dan kelengkapan barang yang di sediakan di toko Ali Ponsel Pangeran. Karyawan di toko Ali Ponsel Pangeran sangat ramah kepada pembeli dan kelengkapan barang sangat lengkap dari harga 1.000 sampai harga ratusan ribu.

(5). Hubungan Masyarakat dan Publisitas (*Publication*)

Hubungan masyarakat ini merupakan satu departemen yang bertanggung jawab mendengarkan dan menampung segala kritik, keluhan ataupun saran dari masyarakat. Menanggapi keluhan-keluhan konsumen atau masyarakat serta memperbaiki akibat-akibat yang menimbulkan adanya keluhan tersebut. Disini, pihak toko Ali Ponsel Pangeran siap bertanggung jawab, mendengarkan keluhan pelanggan jika terjadi kesalahan dalam pengerjaan baik dalam pengisian pulsa yang tidak masuk, salah memasukkan nomer dan sebagainya. Serta sering membantu dalam pengaturan internet di HP pelanggan secara gratis walaupun tidak beli barang ditempatnya. Karyawan juga member informasi kalau memang terdapat gangguan pada operator sehingga konsumen tidak khawatir tentang barang yang dibelinya.

(6). Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Penjualan perseorangan adalah intraksi antara individu, saling bertemu muka yang ditunjukkan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain.

Ada tiga bauran komunikasi yang digunakan toko Ali Ponsel Pangeran, yaitu sebagai berikut:

1. Konfrontasi langsung

Menggunakan tenaga penjual berarti dapat berintraksi langsung dengan konsumen. Masing-masing dapat melihat bagaimana reaksi dan respons yang

dilakukan untuk satu produksi. Disini pihak toko Ali Ponsel Pangeran langsung yang menawarkan produknya kepada konsumen, untuk lebih meyakinkan pembelinya agar membeli produk yang ditawarkan dan mendapatkan respon yang positif dari pembelinya. Karyawan ditoko selalu diberikan latihan untuk memberi pelayanan terbaik kepada konsumen agar konsumen bisa menjadi pelanggan setia.

Selain karyawan sendiri biasanya juga ada sales dari operator yang ditugaskan operator sebagai bentuk kerjasama dengan toko untuk mempromosikan barang baru.

2. Membina Hubungan

Tenaga penjual dapat membangun berbagai bentuk hubungan dengan pembeli. Ada hubungan yang sambil lalu saja, tetapi juga ada hubungan yang sangat akrab. Tenaga penjual bisa melakukan hal ini, pihak toko Ali Ponsel Pangeran menjalin hubungan baik dengan pembeli dengan memberikan pelayanan yang baik, murah senyum, ramah dan sedikit bercanda agar terjadi intraksi antara penjual dan pembeli supaya hubungan agar lebih akrab.

3. Respons

Pada saat tenaga penjual berhubungan dengan pembeli, biasanya ada perasaan sungkan pada pembeli untuk menolak. Tergantung bagaimana si tenaga penjual bisa

memanfaatkannya sehingga transaksi bisa terjadi atau tidak. Pihak toko Ali Ponsel Pangeran disini memanfaatkan kesempatan yang ada dengan sebaik-baiknya agar produk yang ditawarkan laku. Pihak toko Ali Ponsel Pangeran juga mengadakan strategi kupon hadiah, dengan menggunakan strategi kupon hadiah ini maka pembeli tidak akan pindah ke tempat yang lain untuk membeli produk tersebut, serta memberikan garansi kepada pelanggan untuk setiap barang yang dibeli. Toko Ali Ponsel Pangeran tidak ingin merugikan pelanggan sedikitpun sehingga selalu memberikan garansi selama 3 hari kepada pelanggan.

Pembahasan

1. Analisis Lingkungan Internal Toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin

Analisis lingkungan merupakan proses awal dalam menentukan strategi pemasaran yang bertujuan untuk memantau lingkungan toko. Lingkungan toko mencakup berbagai aspek, baik yang berada di dalam toko maupun di luar toko yang dapat mempengaruhi kelangsungan pencapaian tujuan toko. Secara garis besar lingkungan dapat dibagi menjadi dua, yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal.

1). Analisis Lingkungan Internal Toko Ali Ponsel Pangeran

Analisis lingkungan internal dimaksudkan untuk mengembangkan daftar kekuatan yang dimanfaatkan oleh toko dan daftar kelemahan yang harus diatasi oleh toko tersebut. Analisis lingkungan internal kekuatan dan kelemahan yang dihadapi toko Ali Ponsel Pangeran meliputi beberapa faktor, analisis kekuatannya antara lain:

(1). Harga Murah

Salah satu cara yang dilakukan toko Ali Ponsel Pangeran untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang, dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Harga yang dipatok oleh pihak toko Ali Ponsel Pangeran untuk pulsa dan voucher internet biasanya Rp 500,00 sampai Rp. 1.000,00 lebih murah dibandingkan yang lain. Kalau aksesoris *handphone* biasanya antara Rp 3.000,00 sampai Rp 10.000,00 lebih murah dari yang lain. Pihak toko Ali Ponsel Pangeran berpikirnya lebih baik pelanggan banyak walaupun cuannya sedikit jadi sedikit dikali banyak pelanggan, tentu hasilnya juga banyak.

(2). Mendapatkan Bonus/Hadiah

Toko Ali Ponsel Pangeran memberikan bonus/hadiah kepada setiap pelanggan mereka. Pemberian hadiah ini bertujuan untuk mempertahankan kesetiaan pelanggan, maupun sebagai daya tarik guna mendapatkan konsumen atau pelanggan baru. Dengan demikian pastinya bakal meningkatkan omset usaha serta bisa menjadi wujud rasa terima kasih, sekaligus media promosi usaha toko Ali Ponsel Pangeran. Jadi sedikit berkorban memang tidak menjadi masalah, karena nantinya juga akan berdampak baik pada usaha toko Ali Ponsel Pangeran.

Adapun mengenai omzet yang didapat oleh toko Ali Ponsel Pangeran yaitu sebelum mengadakan promosi berbentuk sebuah kupon ini, pulsa yang

laku dijual dalam sehari 100 pulsa setelah diadakan kupon hadiah tersebut hampir 200 lebih ini berarti meningkat 100%. Sudah empat tahun strategi promosi ini dilakukan. Omzet yang didapatkan toko Ali Ponsel Pangeran dalam sehari berkisar yaitu Rp 4.000.000,00 x 30 hari = Rp.120.000.000,00 untung yang diperoleh 10% yaitu berkisar Rp 12.000.000,00

(3). Hubungan Baik Pemilik dengan Karyawan

Dari pengamatan penulis hubungan antara pemilik dengan karyawan ataupun karyawan dengan karyawan lainnya terjalin dengan baik, seperti tidak terlihat siapa pemilik dan siapa karyawan, mereka semua berbaur saling bekerjasama satu dengan yang lainnya, juga dianggap seperti saudara sendiri.

Ketika saya mewawancarai salah satu dari karyawan toko Ali Ponsel Pangeran. Farsi mengatakan ketika dia sedang melayani pelanggan yang membeli pulsa disana ternyata terdapat kesalahan dalam pengerjaannya lalu tanggapan pemilik toko Ali Ponsel Pangeran terhadap karyawan ini memberitahu bahwa harus berhati-hati dalam mengisikan pulsa benar-benar nomernya itu dilihat supaya kedepannya tidak lagi terjadi kesalahan dalam pengisian pulsa dan harus di ucapkan nomer tersebut agar terdengar ke konsumen agar konsumen juga mengecek nomornya. Karena mungkin saja ada perbedaan persepsi antara tulisan konsumen dengan yang kita baca. Maka dari itu pemilik mengingatkan kepada karyawan supaya tidak ada kesalahan lagi dalam pengerjaan.

(4). Hubungan Baik dengan Pelanggan

Muhammad Ali Permadi selaku pemilik toko Ali Ponsel Pangeran ini sangat memperhatikan pelanggannya. Setiap pelanggan yang datang ke toko Ali Ponsel Pangeran untuk membeli pulsa, pihak toko Ali Ponsel Pangeran pemilik atau karyawan melayani sebaik mungkin, berbicara dengan ramah terhadap pelanggan, supaya pelanggan itu nyaman diajak bicara supaya ada intraksi agar lebih akrab dan bisa menjadi teman. Ditoko tersebut juga disediakan kursi dan air putih gelas kemasan gratis untuk konsumen.

(5). Tempat yang Strategis

Toko Ali Ponsel Pangeran mempunyai tempat yang sangat strategis karena di pinggir jalan serta terlintasi oleh orang perumahan HKS. Dan disebelah toko terdapat banyak gang-gang berpenduduk banyak. Selain kekuatan, toko Ali Ponsel Pangeran juga memiliki beberapa kelemahan antara lain:

1. Seringnya Melakukan Kesalahan dalam Pengiriman Pulsa

Kesalahan pengerjaan di toko Ali Ponsel Pangeran ini lumayan sering terjadi, terutama dalam pengisian pulsa salah memasukkan nomer dan lain sebagainya. Ini karena kurang telitnya karyawan dan tidak samanya persepsi karyawan dan pelanggan terhadap nomor HP. Ketidak jelasan penulisan no HP menjadi masalah disini. Ada angka 8 seperti 6 atau sebaliknya. Ada angka 1 seperti 7, ada angka 0 seperti 6. Hal ini

diatasi dengan membaca tulisan agar terdengar oleh konsumen sebelum di isikan kepelanggan.

2. Pengiriman Pulsa yang Kadang Lambat Masuk

Pengiriman pulsa yang kadang terkadang lambat ini bisa mengancam usaha Muhammad Ali Permadi, karena dengan lambatnya pengiriman proses produk berdampak pada keterlambatan itu bisa berdampak pada kekecewaan yang bisa membuat pelanggan memilih bertransaksi di tempat lain untuk yang berikutnya padahal terjadi kesalahan dari operatornya karena mengalami gangguan. Tetapi untuk memilimalisir toko Ali Ponsel Pangeran memakai 1 chip untuk setiap operator sebagai yang utama, yang 1 chip untuk semua operator hanya sebagai pelengkap saja.

3. Kurang Tenaga Kerja

Toko Ali Ponsel Pangeran masih kekurangan tenaga kerja. Oleh karena itu, pemilik toko Ali Ponsel Pangeran ingin mencari 1 karyawan lagi untuk dipekerjakan disana. Sementara ini hanya memiliki 5 karyawan dengan shift 3 orang shift siang (8pagi-4sore) dan 2 orang shift malam (3 siang-10 malam). Dengan gaji masing-masing karyawan antara Rp Rp 1.200.000,00 sampai Rp 1.500.000,00 perbulan.

4. Tempat Parkiran yang Kurang Luas

Toko Ali Ponsel Pangeran masih dibidang memiliki parkiran yang sempit dan mepet kejalan yang hanya berkisar 1,5meter dari jalan raya. Karena banyak pelanggan yang datang membeli barang di toko Ali Ponsel Pangeran menyebabkan parkir sering terkena aspal, hal ini di atasi pihak toko dengan memperbaiki lahan parkir yang berada di samping toko agar bisa pelanggan parkir dan tidak terkena aspal lagi.

2) Analisis Lingkungan Eksternal Toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin

Analisis lingkungan eksternal menekankan pada pengenalan dan evaluasi kecenderungan peristiwa yang berada di luar kendali sebuah toko. Tujuan analisis lingkungan eksternal adalah untuk mengembangkan suatu daftar peluang yang dapat dimanfaatkan toko dan daftar ancaman yang harus dihindari oleh toko. Analisis lingkungan eksternal peluang dan ancaman yang dihadapi toko Ali Ponsel Pangeran meliputi beberapa faktor. Analisis peluangnya antara lain:

(1). Membuat Usaha Baru

Mempunyai usaha merupakan keinginan banyak orang. Sangat menyenangkan membesarkan usaha milik sendiri. Yang dibutuhkan hanya dengan mempunyai impian karena dengan impian kita dapat menciptakan ide usaha yang luar biasa, hingga akhirnya ide usaha tersebut direalisasikan menjadi sebuah peluang usaha baru yang menguntungkan. Begitu juga yang direncanakan oleh Muhammad Ali Permadi pemilik toko Ali Ponsel Pangeran jika mempunyai uang lebih beliau

berkeinginan untuk membuka usaha baru lagi. Dengan bertambah luasnya tempat maka pemilik juga menambah barang dagangannya berupa jam tangan.

(2). Pencari Kerja

Zaman sekarang ini banyak orang yang bilang cari kerja susah. Sebenarnya yang bilang susah itu adalah diri kita sendiri. Tergantung dari diri sendiri mau atau tidak mau berusaha untuk mencarinya padahal banyak perusahaan dan toko yang mencari karyawan salah satunya Ali Ponsel Pangeran mencari satu orang karyawan lagi untuk dipekerjakan disana, ini bisa mengatasi masalah pengangguran yang ada.

(3). Membuka Cabang Baru

Membuka cabang usaha baru merupakan salah satu upaya untuk mengembangkan sebuah bisnis yang sedang dirintis. Dengan menempuh langkah ini menjadi suatu tanda juga bahwa usaha yang dijalankan sedang melangkah menuju lebih besar. Kata Muhammad Ali Permadi pemilik toko Ali Ponsel Pangeran untuk saat ini, tidak membuka cabang baru tetapi hendak diperluas lagi tempat usahanya. Tetapi jika permintaan dari pelanggan yang sudah tidak terlayani lagi karena jumlahnya yang terus bertambah, mau tidak mau agar kesempatan tidak terbang percuma maka pemilik toko Ali Ponsel Pangeran akan membangun kembali sebuah cabang baru agar pelanggan bisa terlayani seluruhnya.

(4). Kerjasama Pihak Luar

Semakin berkembangnya dunia usaha maka semakin banyak pula persaingan dalam dunia usaha atau bisnis, untuk

menghadapi semua itu perlu adanya kerjasama antara satu orang dengan orang ataupun satu orang dengan kelompok usaha. Seperti halnya, pihak Ali Ponsel Pangeran bekerjasama dengan pihak Indosat, Telkomsel dan XL langsung dari manajer masing-masing semua kartu dari pihak yang menyediakan. Selain mendapatkan harga yang lebih murah juga mendapatkan sponsor dari operator berupa barang-barang seperti kursi, poster dan papan nama sebagai media promosi.

(5). Menjadi Agen Pulsa Semua Operator

Siapa saja bisa ikut dalam bisnis ini tanpa memandang status dan bisa dijalankan dimana dan kapan saja. Cocok untuk pelajar, mahasiswa, ibu rumah tangga dan siapa saja yang ingin menambah penghasilan tambahan. Syaratnya dan prosedurnya mudah dan bisa dimulai dengan modal kecil. Sama halnya yang dilakukan oleh Muhammad Ali Permadi selaku pemilik toko Ali Ponsel Pangeran dengan bermodalkan uang 3 juta untuk membuka usaha ponsel dengan tekad keberanian maka usaha ponsel yang dijalankan beliau bisa berkembang sampai sekarang dan mempunyai banyak pelanggan.

Selain peluang, toko Ali Ponsel Pangeran juga menghadapi beberapa ancaman, antara lain :

1. Banyak Pesaing

Seiring dengan berkembangnya zaman, teknologi semakin canggih, sekarang ini banyak manusia memanfaatkan teknologi yang ada untuk dijadikan lahan untuk berbisnis, serta lebih mudah untuk pesaing mencari informasi-

informasi tentang usaha maka dari itu pihak toko Ali Ponsel Pangeran memanfaatkan teknologi dengan sebaik-baiknya agar tidak kalah bersaing dengan usaha-usaha konter yang lainnya.

2. Persaingan Harga

Sekarang ini banyak bisnis yang menawarkan produk-produknya dengan harga yang murah (diskon), supaya pelanggan tertarik untuk membeli produk tersebut. Maka dari itu, bagi pihak toko Ali Ponsel Pangeran selain harga yang murah juga pelayanan ramah menjadi nilai tambah untuk menarik dan mempertahankan konsumennya.

1). Efek Jera karena Salah Pengiriman Pulsa

Kalau terlalu sering melakukan kesalahan dalam pengerjaan atau pengiriman maka pelanggan akan merasa jera membeli pulsa di tempat tersebut. Maka dari itu pihak toko Ali Ponsel Pangeran selalu berhati-hati dalam pengerjaan dan mengecek minimal 3x sebelum mengisi nomor pelanggan dan selalu mengecek kembali laporan pulsa yang telah terkirim berhasil atau tidaknya.

2). Berkurangnya Pelanggan

Faktor yang menyebabkan berkurangnya pelanggan itu karena pelayanan yang diberikan kurang baik. Bagi pelanggan kenyamanan lah yang nomor satu, maka dari itu pelayanan yang diberikan oleh pihak toko Ali Ponsel Pangeran cukup baik, ramah terhadap pelanggan, murah senyum, supaya ada intraksi di ajak bicara dan harganya pun

sangat murah dibandingkan yang lain.

3). Adanya Pelanggan yang Tidak Tetap

Dalam kondisi persaingan yang sekarang ini, setiap perusahaan atau toko akan mampu bertahan hidup, bahkan harus dapat berkembang. Salah satu hal penting yang perlu dilakukan dan diperhatikan oleh setiap perusahaan atau toko adalah mempertahankan pelanggan yang telah ada, terus menggarap pelanggan-pelanggan potensial baru agar jangan sampai pelanggan meninggalkan toko menjadi pelanggan toko lain.

Pentingnya pelayanan yang baik terhadap pelanggan sebagai salah satu bentuk tanggung jawabnya. Namun terkadang, tidak sedikit toko yang kurang memperhatikan mengenai hal ini. Mereka menganggap kualitas produk jauh lebih penting. Memang kualitas dari produk juga menjadi hal yang penting, namun pelayanan tersebut tidak kalah pentingnya dengan kualitas produk. Sebaik-baiknya kualitas produk yang ditawarkan, jika tanpa adanya pelayanan yang baik, belum tentu pelanggan tertarik untuk membeli produk tersebut.

Bisa jadi pelanggan justru membeli produk dari toko lain yang memiliki kualitas produk tidak jauh berbeda namun memiliki kualitas pelayanan yang sangat memuaskan. Dan pada akhirnya, toko pun akan kehilangan

pelanggannya. Untuk itulah kualitas pelayanan yang baik memang sangat diperlukan dalam bisnis sebagai salah satu bentuk tanggung jawabnya. Maka dari itu pihak toko Ali Ponsel Pangeran berusaha memberikan pelayanan sebaik mungkin agar pelanggan yang ada tidak akan pindah ke tempat lain untuk membeli produk dan tetap setia berlangganan di toko Ali Ponsel Pangeran.

2. Bauran Pemasaran yang sebaiknya diterapkan oleh Toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin

Setiap toko tentunya tidak menginginkan kehilangan pelanggan dan dapat menembus pasar yang potensial. Dengan demikian, toko harus bisa melayani dan memenuhi permintaan pasar yang ada. Untuk bisa memenuhi kebutuhan konsumen maka perlu perubahan warna, bentuk, ukuran, kualitas atau menambah variasi yang ada.

Dengan jalan ini toko akan bisa menciptakan produk sesuai dengan keinginan pasar, dapat mempengaruhi pandangan konsumen. Ini mengandung makna bukan hanya menjadikan pelanggan tetap loyal pada toko, tetapi bisa menciptakan langganan baru yang lebih luas dan potensial.

Pada toko Ali Ponsel Pangeran, peningkatan penjualan berarti transaksi-transaksi yang meliputi penjualan untuk ditukar dengan kas dan janji-janji untuk membayar nya oleh pelanggan.

Menurut model bauran pemasaran dalam penentuan harga toko sudah seharusnya memiliki strategi untuk bisa tetap menguasai harga pasar. Penentuan harga ini sesuai dengan kebutuhan pengeluaran dan biaya operasionalnya. Penentuan harga ini sudah seharusnya menjadi prioritas bagi toko agar konsumen merasa puas dengan hasil produk yang disertai dengan harga yang berimbang.

Setiap toko penjualan mempunyai tujuan dan sasaran untuk memperoleh keuntungan guna mempertahankan kelangsungan hidupnya. Hal ini dapat tercapai jika toko dapat meningkatkan penjualan melalui peningkatan pangsa pasar dan menerapkan konsep-konsep bauran pemasaran yang tepat, agar posisi toko di pasaran dapat ditingkatkan. Dalam kaitannya dengan pembahasan ini, terdapat tempat kebijaksanaan bauran pemasaran yang diterapkan oleh toko yaitu produk, harga, promosi dan saluran distribusi.

Berikut ini akan disajikan implementasi strategi bauran pemasaran oleh toko Ali Ponsel Pangeran yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1). Produk (*product*)









Produk merupakan salah satu aspek terpenting dalam bauran pemasaran, yang merupakan permasalahan yang penting bagi toko yang diarahkan untuk meningkatkan penjualan. Salah satu kebijaksanaan bauran pemasaran yang berperan dalam meningkatkan penjualan adalah aspek produk. *Product* mengacu pada *value* yang terdapat pada produk tersebut, bagaimana produk tersebut memenuhi kebutuhan konsumen, serta penanganan kualitasnya dan juga desain-desain yang berubah-ubah sesuai dengan kebutuhan pasar. Sebagai mana tujuan utama dari produk adalah untuk dapat mencapai sasaran pasar yang dituju dengan meningkatkan kemampuan bersaing atau mengatasi persaingan.









Dalam memasarkan produknya, toko Ali Ponsel Pangeran berupaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada konsumen atau pelanggan pembeli kouta internet paket data, aksesoris *handphone*, pengisian pulsa dan lain-lain.




Dalam hal produk, toko Ali Ponsel Pangeran membiayai produk-produk kouta internet paket data

keluaran terbaru dan jenis-jenis paket data yang lengkap yang bertujuan untuk memenuhi semua kebutuhan pelanggan akan keperluan komunikasi nya.

Tabel 1
Nama Barang dan Gambar Produk di Toko
Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin 2020

No	Nama Barang	Gambar Produk
1	P.AXIS 1,5	
2	P.AXIS 3GB	
3	P.AXIS 5GB	
4	P.AXIS 8GB	
5	P.XL 2GB	
6	P.XL 6 GB	
7	P.XL 11 GB	
8	P.XL 21 GB	
9	P.XL 37 GB	
10	P.XL 55 GB	
11	v. xl 1gb/7hari	
12	v. xl 5gb	
13	v. xl 8gb	
14	v. xl 15gb	
15	v. tsel 2,5gb/5hari	
16	v. tsel 3,5gb/7hari	
17	p.isat 2gb	
18	p.isat 6gb	
19	p.isat 3gb unlimited	
20	p.tri aon 1gb	
21	P. TSEL 6GB	
22	P. TSEL GB	
23	p. Smartfreen 2gb	
24	p. Smartfreen 3,5gb	
25	P. SFREEN 5 GB	
26	P. SFREEN 10GB	
27	P. SFREEN 16GB	

28	P. SFREEN 30GB		
29	P. SFREEN 60GB		
30	P.SF unlimited 500mb		
31	P.SF UNLIMITED 1gb		
32	P. Smartfreen 500/th		
33	P. Simpati biasa		
34	P. Simpati cantik		
35	P.Isat 0k		
36	P.Isat 2k		
37	P. As cantik		
38	P. XI		
39	P.Axis biasa		
40	V. THREE 1GB/5HARI		
41	V. THREE 1,5GB/7HARI		
42	V. THREE 1,5GB/BULAN		
43	V. THREE 2GB (AON1)		
44	V. THREE 3GB (BM3)		
45	V. T 4GB FULL/BULAN		
46	V. THREE 6GB (AON2)		
47	V. AXIS 2 GB/5HR		
48	V. AXIS 1,5GB/BULAN		
49	V. AXIS 3GB/5HARI		
50	V. AXIS 3GB/7HR		
51	V. AXIS 3GB/BLN		
52	V. AXIS 5GB/5HARI		
53	V.AXIS 5GB/15HR		
54	V. AXIS 5GB/BULAN		

55	V. AXIS 8GB/ 5HARI	
56	V. AXIS 8GB/ 15 HARI	
57	V. AXIS 8GB/ BULAN	
58	V. ISAT 500MB/ 2HARI	
59	V. ISAT 1GB UNL/7HR	
60	V. ISAT 1GB/7HARI	
61	V. ISAT 4GB	
62	V. ISAT 6GB	
63	V. ISAT 10 GB FREEDOM	
64	V. SF 2,5GB/5HARI	
65	V. SF 4GB/7HARI	
66	V. S FREEN 10GB/BLN	
67	V. S FREEN 16GB/BLN	
68	V. S FREEN 30GB/BLN	
69	V. SF Unlimited/5HARI	
70	V.SF unl500mb/h(1bln)	
71	V. SF UNL 1gb/h (1bln)	
72	V. SF 60GB/BLN	
73	V. TRI 1K	
74	V. TRI 2K	
75	V. TRI 5K	
76	V. TRI 10K	

Sumber: Toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin 2020

2). Harga (Price)

Manajemen harga menjadi salah satu kebijakan penting sebuah toko yang akan mempengaruhi tingkat peningkatan penjualan produksi dari toko. Penetapan harga jual merupakan salah satu poin penting di dalam manajemen harga. Pada prinsip nya, harga jual merupakan angka yang sudah menutupi biaya produksi secara

utuh dan ditambahkan dengan laba atau keuntungan dalam jumlah yang wajar, kemampuan untuk menentukan harga jual yang tepat akan sangat menentukan nasib peningkatan penjualan produk di pasaran. Upaya menentukan harga jual di pasaran sebagai salah satu bagian dari manajemen harga perlu dilakukan dengan memperhatikan banyak faktor. Hal tersebut tentunya untuk mencegah tidak lakunya barang produksi di pasaran.

Harga jual pembeli kouta internet, paket data dan lain-lain relative lebih murah dibawah pesaingnya, selain itu harga yang bersaing produk juga memberikan dan menjaga kualitas produk yang ditawarkan, sehingga meningkatkan penjualan pembeli kouta internet, paket data, aksesories dan lain-lain. Strategi bauran pemasaran pada aspek harga yang dilakukan oleh toko Ali Ponsel Pangeran dalam menarik minat konsumen adalah dengan memberikan potongan harga jual berupa diskon harga dan hadiah doorprize meliputi meja belajar, *rice cooker*, kipas angin, paket data, kalender dan lain sebagainya. Potongan harga jual dan doorprize ini biasanya terjadi pada waktu-waktu tertentu, konsumen tertentu yang telah ditentukan oleh toko Ali Ponsel Pangeran layak mendapatkannya yang menyebabkan peningkatan penjualan dengan lebih fokus dalam hal kualitas dan produk yang bagus demi kepuasan pelanggan. Karena dengan memberikan harga murah dengan dalih diskon pasti akan mengorbankan kualitas. Dengan menjaga harga, terbukti nilai jual kembali menjadi lebih tinggi dari pada merek lainnya.

Dengan kualitas yang ditawarkan oleh serta kreativitas dan inovasi yang terus dilakukan, kestabilan harga yang tetap terjaga dan memberikan konsumen tidak ragu lagi akan produk-produk yang ditawarkan

menjadikan konsumen banyak yang melakukan pembelian di toko Ali Ponsel Pangeran yang merupakan salah satu ponsel yang cukup dikenal di sebagai penjual kebutuhan komunikasi yang mampu memuaskan pelanggannya.

Tabel 2
Harga Produk di Toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin 2020

No	Nama Barang	Harga Jual Ecer (Rp)	Harga Jual
			Partai (Rp)
1	P.axis 1,5gb	14.000	10.500
2	P.axis 3gb	24.000	18.850
3	P.axis 5gb	35.000	-
4	P.axis 8gb	50.000	-
5	P.xl 2gb	20.000	-
6	P.xl 6gb	35.000	27.250
7	P.xl 11gb	45.000	38.350
8	P.xl 21gb	65.000	61.500
9	P.xl 37gb	98.000	-
10	P.xl 55gb	130.000	-
11	V.xl 1gb/7hari	12.000	9.250
12	V.xl 5gb	30.000	26.200
13	V.xl 8gb	40.000	37.200
14	V.xl 15gb	62.000	60.300
15	V.tsel 2,5gb/5hari	15.000	13.650
16	V.tsel 3,5gb/7hari	24.000	21.500
17	P.isat 2gb	15.000	12.850
18	P.isat 6gb	27.000	-
19	P.isat 3gb unlimited	60.000	-
20	P.three aon 1gb	13.000	-
21	P. tsel 6gb	35.000	28.000
22	P.tsel 9gb	60.000	-
23	P.smartfreen 2gb	10.000	-
24	P.smartfreen 3,5gb	20.000	17.250
25	P.smartfreen 5gb	15.000	-
26	P.smartfreen 10gb	30.000	26.000
27	P.smartfreen 16gb	40.000	35.500
28	P.smartfreen 30gb	60.000	56.000
29	P.smartfreen 60gb	100.000	95.000
30	P.sf unlimited 500mb	55.000	-
31	P.sf unlimited 1gb	73.000	71.500
32	P.smartfreen500mb/thn	20.000	-
33	P.simpati biasa	20.000	16.000
34	P.simpati cantik	50.000	-

35	P.isat 0k	5.000	2.500
36	P.isat 2k	7.000	5.000
37	P.loop biasa	20.000	-
38	P.as cantic	50.000	-
39	P.xl biasa	5.000	2.500
40	P.axis biasa	5.000	2.500
41	V.three 1gb/5hari	8.000	7.400
42	V.three 1,5gb/7hari	12.000	9.400
43	V.three 1,5gb/bulan	14.000	12.850
45	V.three 2gb (Aon1)	20.000	17.650
46	V.three 3gb (Bm3)	25.000	23.750
47	V.three 4gb full/bulan	35.000	-
48	V.three 6gb (Aon2)	36.000	33.500
49	V.axis 2gb/5hari	10.000	7.500
50	V.axis 1,5gb/bulan	17.000	12.850
51	V.axis 3gb/5hari	14.000	12.450
52	V.axis 3gb/7hari	17.000	15.800
53	V.axis 3gb/bulan	25.000	21.950
54	V.axis 5gb/5hari	17.000	15.350
55	V.axis 5gb/15hari	25.000	18.950
56	V.axis 5gb/bulan	35.000	28.200
57	V.axis 8gb/ 5hari	20.000	18.350
58	V.axis 8gb/ 15hari	38.000	-
59	V.axis 8gb/bulan	48.000	-
60	V.isat 500mb/2hari	8.000	6.650
61	V.isat 1gb unl/7hari	18.000	15.450
62	V.isat 1gb/7hari	11.000	10.100
63	V.isat 4gb	23.000	20.750
64	V.isat 6gb	27.000	24.750
65	V.isat 10gb freedom	37.000	34.250
66	V.sf 2,5gb/5hari	8.000	5.000
67	V.sf 4gb/7hari	12.000	10.500
68	V.sfreen 10gb/bulan	30.000	27.000
69	V.sfreen 16gb/bulan	40.000	34.500
70	V.sfreen 30gb/bulan	60.000	57.000
71	V.sfreen unlimited/5hr	23.000	-
72	V.sf unl 500mb/hr 1bln	55.000	48.750
73	V.sf unl 1gb/hr 1bln	73.000	72.000
74	V.sf 60gb/bulan	100.000	94.500
75	V.sfreen 20k	22.000	-
76	V.sfreen 60k	65.000	-
77	V.three 1k	2.000	-
78	V.three 2k	3.000	2.300
79	V.three 5k	7.000	5.500
80	V.three 10k	12.000	10.350

Sumber: Toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin 2020

3). Promosi (*Promotion*)

Promosi berkaitan dengan bagaimana cara mengkomunikasikan suatu produk kepada masyarakat agar produk tersebut dapat dikenal dan akhirnya dibeli oleh masyarakat.

(1). Periklanan (*Advertising*)

Adapun kegiatan periklanan yang dilakukan oleh toko Ali Ponsel Pangeran dengan berbagai macam cara diantaranya melalui pesan online WA, dan spanduk papan harga. Tetapi pada umumnya masing-masing unit usaha atau diferensiasi dari melakukan promosi masing-masing. Sehingga akan banyak kita jumpai berbagai jenis iklan yang menawarkan produk sesuai dengan segmentasinya.

(2). Promosi Peningkatan Penjualan (*sales promotion*)

Promosi peningkatan penjualan yang dilakukan oleh Ali Ponsel Pangeran yaitu memberikan potongan harga jual berupa potongan harga, hadiah atau doorprize potongan harga jual ini biasanya terjadi pada waktu-waktu tertentu, konsumen tertentu toko Ali Ponsel Pangeran.

Data Penjualan pada toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin

Tabel 3
Nilai Omzet Penjualan Toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin 2020

Bulan	Jumlah Penjualan Ecer (Rp)	Jumlah Penjualan Partai (Rp)	Total Penjualan Ecer dan Partai (Rp)
Januari	112.635.000	83.730.800	196.365.800
Febuari	114.181.000	116.056.150	230.237.150
Maret	107.723.000	69.089.250	176.812.250
April	94.291.000	117.501.850	211.792.850
Mei	87.011.000	110.786.250	197.797.250

Sumber: Toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin 2020

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dalam 5 bulan

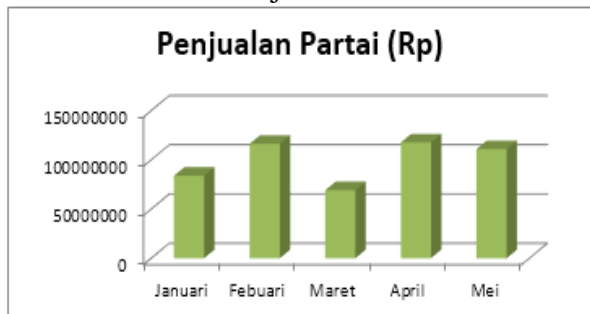
terakhir omzet penjualan toko Ali Ponsel Pangeran mengalami turun naik omzet. Omzet penjualan ecer yang paling tinggi berada pada bulan Febuari sedangkan yang omzet paling rendah berada pada bulan Mei. Penurunan omzet ini disebabkan karena adanya virus corona yang menyebabkan kurang keluar rumahnya masyarakat sekitar dan pulang kampungnya mahasiswa. Bahkan pihak toko Ali Ponsel Pangeran selama bulan Maret April dan Mei hanya buka sampai pukul 17.30 dan malam tidak buka lagi, seiring dengan di adakannya PSBB oleh pemerintah setempat. Untuk menaggulangi hal ini maka pihak toko melakukan promosi lewat WA dengan memartai barangnya sehingga pada bulan April omzet partai mengalami peningkatan.

Gambar 1
Nilai Omzet Penjualan Ecer Perbulan Tahun 2020 pada Toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin



Dari grafik di atas menunjukkan bahwa peningkatan omzet penjualan ecer terjadi secara stabil namun bulan Mei turun karena konter tidak bisa buka full time karena adanya virus corona sehingga pemerintah melakukan PSBB dan toko pun hanya buka sampai pukul 17.30, malam tidak buka lagi.

Gambar 2
 Nilai Omzet Penjualan Partai Perbulan Tahun
 2020 pada Toko Ali Ponsel Pangeran di
 Banjarmasin



Peningkatan penjualan partai pada toko Ali Ponsel Pangeran terjadi pada bulan April 2020 hal ini karena pemilik melakukan promosi melalui WA dan sales keliling. Hal ini dilakukan karena turunnya omzet dibidang ecer sehingga sangat termotivasi agar dipartai bisa meningkat.

(3). Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Dalam hal hubungan masyarakat, toko Ali Ponsel Pangeran melakukan kegiatan sponsorship yaitu dimana salah satu perangkat atau alat yang digunakan adalah kontribusi sosial dan pendanaan. Kegiatan sponsorship yang dilaksanakan oleh toko Ali Ponsel Pangeran bertujuan untuk lebih mensosialisasikan produk kepada masyarakat luas melalui kegiatan seperti yang telah dilaksanakan yaitu sponsor 17 Agustus yang setiap tahun selalu mengalokasikan dana untuk warga Jalan Pangeran merayakan kegiatan tersebut. Toko Ali Ponsel Pangeran selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan, memberikan serta meningkatkan pelayanan terbaik kepada pelanggan dengan inovasi dan kreasi yang terus dilakukan oleh toko secara maksimal.

(4). Peningkatan penjualan *Personal (Personal Selling)*

Peningkatan penjualan personal yang dilakukan oleh toko Ali Ponsel Pangeran adalah *flyering attack* yaitu bauran pemasaran yang dilakukan secara personal oleh karyawan toko Ali Ponsel Pangeran dengan cara memberikan informasi tentang toko Ali Ponsel Pangeran membagi-bagikan brosur kepada konsumen atau masyarakat, memperkenalkan produk-produk dan dengan mengambil data konsumen berupa nama, tempat tinggal dan nomor telepon.

Jika ada konsumen yang ketika itu memiliki minat untuk membeli paket data, maka karyawan bersedia membantu konsumen untuk memudahkan konsumen dalam melakukan pembeliannya. Peningkatan penjualan personal lainnya juga dilakukan dengan menggunakan mobil dan membawa beberapa jenis pembeli kouta internet, aksesoris *handphone*, paket data dan lain-lain yang akan diperkenalkan kepada konsumen serta *kanvasing* dengan melakukan pemasaran keluar kota atau pun pasar-pasar yang ada di kota Banjarmasin dan sekitarnya.

(5). PemasaranLangsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran langsung yang dilakukan oleh toko Ali Ponsel Pangeran yaitu dilakukan melalui SMS, melalui internet dengan membuat akun resmi facebook dari toko Ali Ponsel Pangeran. Beberapa promosi lainnya yang telah dilakukan oleh toko Ali Ponsel Pangeran diantaranya yaitu membuat pameran-pameran tentang produk-produk pembeli kouta internet, aksesoris *handphone*, paket data dan lain-

lain dan membuat promo nonton bareng sepak bola maupun MotoGP yang dilaksanakan di toko Ali Ponsel Pangeran.

Dari setiap promosi-promosi yang dilakukan oleh toko Ali Ponsel Pangeran di atas, terdapat konsumen yang melakukan pembelian. Sebagai bukti bahwa ketika penulis menjadi peserta PKL pada Ali Ponsel Pangeran berhasil menjual satu unit paket data internet 21GB kepada seorang konsumen dan ada beberapa konsumen yang berhasil didapatkan oleh karyawan tetap dari dealer tersebut, dan juga masih banyak lagi dari promosi-promosi lainnya seperti membuat pameran dan promo nonton bareng MotoGP yang juga telah berhasil menarik konsumen untuk membeli paket data di toko Ali Ponsel Pangeran yang dapat membantu meningkatkan penjualan.

Saat ini, selain peningkatan promosi dan pelayanan yang dilakukan oleh toko Ali Ponsel Pangeran, salah satu aspek penting yang mendukung peningkatan penjualan pembeli kouta internet, aksesoris handphone, paket data, pengisian ulang pulsa dan lain-lain pada toko Ali Ponsel Pangeran meningkat yaitu perlunya penambahan tenaga-tenaga pemasaran yang terlatih.

4). **Tempat (Place)**

Toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin merupakan salah satu dari toko resmi peningkatan penjualan pembelian kouta internet, aksesoris *handphone*, paket data, pengisian ulang pulsa dan lain-lain yang ada di kota Banjarmasin.

PENUTUP

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis dapat menarik kesimpulan dari hasil penelitian tentang strategi bauran yang dilakukan oleh toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin sebagai berikut:

1. Strategi Bauran pemasaran untuk produk yang dilakukan oleh toko Ali Ponsel Pangeran dapat ditemukan dari aspek produk yaitu dengan menjaga kualitas produk, tipe, warna yang lengkap serta desain-desain yang berubah sesuai kebutuhan pasar.
2. Harga jual yang ditawarkan oleh toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin juga sesuai dengan kualitas produk serta adanya pemberian potongan harga, hadiah atau doorprize dan subsidi sesuai dengan ketentuan dari toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin dengan harga yang relatif bersaing.
3. Toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin telah melakukan promosi, namun masih sangat terbatas karena masih minimnya tenaga-tenaga pemasaran.
4. Toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin merupakan salah satu toko penjualan resmi kouta internet, aksesoris handphone, paket data dan pengisian ulang pulsa yang memiliki lokasi yang cukup strategis karena terletak di tengah kota Banjarmasin yang memudahkan akses bagi konsumen, untuk membeli produk.

SARAN

Dari beberapa kesimpulan di atas maka penulis dapat memberikan beberapa saran kepada pihak-pihak yang mempunyai kompetensi dengan hasil penelitian ini dengan uraian sebagai berikut:

1. Diharapkan bagi pihak toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin untuk lebih memperhatikan dan memahami lagi tentang strategi bauran pemasaran yang mencakup aspek produk, harga, promosi dan tempat/distribusinya.
2. Diharapkan kepada pihak toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin untuk tetap

berkreativitas, berinovasi dalam menerapkan strategi bauran pemasaran serta tetap menjaga kualitas produk-produk pembeli kouta internet, aksesoris handphone, paket data dan pengisian ulang pulsa.

3. Kepada pihak toko Ali Ponsel Pangeran di Banjarmasin diharapkan lebih memperhatikan lagi aspek promosi dan perlunya penambahan tenaga-tenaga pemasaran.
4. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi pada penelitian berikutnya yang ingin mengadakan riset serupa dengan penelitian penulis, demi untuk menemukan kesempurnaan secara ilmiah tentang strategi bauran pemasaran.

REFERENSI

- Alma, Buchari. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Ke Enam, Alfabeta, Bandung.
- Alma, Buchari. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Arikunto. 2015. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan, (2007). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers, Jakarta.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran; Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT. Grafindo Persada
- Basu Swastha dan Irawan. 2003. "Manajemen Pemasaran Modern". Edisi ke Dua Cetakan Ke Sebelas, Yogyakarta : Liberty Offset.
- Basu Swastha. (2009). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta : BPFE
- Depdikbud. (2003). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka
- Garvin, Davis. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu*. Terjemahan M.N. Nasution. Erlangga
- Husein Umar. (2008). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Kotler, Philip (2004). *Marketing Management, The Millenium Edition*. EnglewoodCliffs, New Jersey : Prentice Hall.
- Kotler, Philip (2006). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Indonesia: PT. Indeks KelompokGramedia.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary, (2004). *Principles Of Marketing*. Tenth Edition, Pearson Prentice Hall, New Jescy.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Mardiana, (2005). *Manajemen Produksi*. Penerbit Badan Penerbit IPWI, Jakarta.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Siagian, Sondang P. (2010). *Teori & Praktek Kepemimpinan*. Jakarta : Rineka Cipta
- Suharno, Yudi Sutarso, (2009). *Marketing In Practice*. CV.Sary Card, Samarinda
- Tjiptono, Fandy. (2014), *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, AndiOffset, Yogyakarta.
- Yazid, (2005). *Pemasaran Jasa*. Ekonisia. Yogyakarta