

**KEBIJAKSANAAN STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA
MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN
(Studi pada Toko THANKYOUMOM BANJARMASIN)**

ABSTRAK

Robby Pratama¹, Mohammad Zainul², Apriya Santi³
Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al
Banjari Banjarmasin, 17.31.0104
Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al
Banjari Banjarmasin, 1105076601
Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al
Banjari Banjarmasin, 1104047701
Email : robypratama7@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Kebijakan strategi pemasaran yang dijalankan oleh Toko Thankyoumom Banjarmasin dalam upaya meningkatkan omzet penjualan, (2) Keadaan omzet penjualan Toko Thankyoumom Banjarmasin selama 5 tahun terakhir, (3) Kendala yang dihadapi oleh Toko Thankyoumom Banjarmasin dalam menerapkan strategi pemasaran guna meningkatkan omzet penjualan, (4) Upaya yang dilakukan oleh Toko Thankyoumom Banjarmasin untuk mengatasi kendala yang dihadapi dalam menerapkan strategi pemasarannya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data penelitian pustaka, observasi, teknik dokumentasi dan teknik wawancara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadinya penjualan yang tidak stabil bahkan penurunan penjualan pada 2 tahun terakhir yaitu tahun 2019 hingga tahun 2020. Untuk mengatasi hal demikian, maka hendaknya menyusun strategi pemasaran yang tepat, sehingga omzet penjualan dapat ditingkatkan. Setelah dilakukan penelitian, strategi pemasaran yang dilakukan oleh Toko Thankyoumom Banjarmasin perlu ditingkatkan dengan memaksimalkan strategi harga dan strategi promosi. Karena harga produk yang dijual Toko Thankyoumom Banjarmasin cenderung tinggi, oleh karena itu konsumen mempertimbangkan kembali untuk membeli produk tersebut. Akan lebih baik jika Toko Thankyoumom Banjarmasin memberikan potongan harga (*discount*) kepada konsumen atau memberi hadiah jika membeli dengan nominal tertentu. Sedangkan strategi promosi selama ini hanya melalui media sosial (Instagram, Tokopedia, Shopee). Sebaiknya Toko Thankyoumom Banjarmasin menambah promosi lainnya seperti membuat *website*, *endorsement* kepada selebgram, membuat konten dimedia populer, serta melakukan periklanan, *personal selling*, hubungan masyarakat, promosi penjualan, dan pemasaran langsung.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Omzet Penjualan

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) the wisdom of the marketing strategy carried out by the Thankyoumom Store Banjarmasin in an effort to increase sales turnover, (2) The state of the sales turnover of the Thankyoumom Store Banjarmasin for the last 5 years, (3) the obstacles faced by the Thankyoumom Store Banjarmasin in implementing marketing strategy to increase sales turnover, (4) Efforts made by the Thankyoumom Store Banjarmasin to overcome the obstacles faced in implementing its marketing strategy. This study uses a qualitative descriptive method with data collection techniques library research, observation, documentation techniques and interview techniques.

The results showed that sales were unstable and even decreased in sales in the last 2 years, namely 2019 to 2020. To overcome this, it is necessary to develop the right marketing strategy, so that sales turnover can be increased. After doing the research, the marketing strategy carried out by the Thankyoumom Store Banjarmasin needs to be improved by maximizing the price strategy and promotion strategy. Because the prices of the products sold by the Thankyoumom Store in Banjarmasin tend to be high, consumers therefore reconsider buying these products. It would be better if the Thankyoumom Banjarmasin Store gave discounts to consumers or gave gifts if they bought a certain nominal. Meanwhile, the promotion strategy so far has only been through social media (Instagram, Tokopedia, Shopee). It is recommended that the Thankyoumom Store Banjarmasin add other promotions such as creating a website, endorsement of celebrities, creating popular media content, as well as doing advertising, personal selling, public relations, sales promotion, and direct marketing.

Keywords: Marketing Strategy, Sales Turnover

PENDAHULUAN

Dalam era modernisasi ini peran pemasaran menjadi semakin penting karena kondisi persaingan yang semakin ketat yang ditandai dengan munculnya pesaing-pesaing baru maupun berekspansinya pesaing-pesaing yang sudah ada. Perusahaan-perusahaan harus bisa membuat strategi-strategi pemasaran yang tepat, cepat, dan efisien. Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk memasarkan atau mempromosikan produk atau layanannya. Pemasaran mencakup berbagai hal mulai dari pengiklanan, penjualan hingga pengiriman produk baik ke konsumen langsung atau ke perusahaan lain.

Strategi pemasaran merupakan salah satu senjata bagi perusahaan untuk menghadapi persaingan pasar. Pada dasarnya strategi pemasaran adalah mencari kecocokan antara kemampuan internal perusahaan dengan peluang eksternal yang ada di pasar. Kalahnya bersaing dengan perusahaan retail lain dan berpindahnya konsumen ke produk-produk perusahaan pesaing. Perusahaan memerlukan strategi-strategi pemasaran yang baik untuk mempertahankan konsumen dari para kompetitornya, dan memberikan kepercayaan terhadap para konsumennya. Selain itu, efektifitas dan efisiensi dalam menjalankan operasional perusahaan juga

memegang peranan penting. Efektifitas yang dimaksud ialah pemilihan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan pasar yang dilayani oleh perusahaan sehingga sasaran yang ditetapkan dapat tercapai dan efisiensi yang dimaksud ialah strategi pemasaran yang dilakukan dengan perhitungan dan pertimbangan yang tepat sehingga tidak ada pemborosan biaya baik itu dalam operasional maupun dalam biaya promosi.

Toko Thankyoumom Banjarmasin merupakan salah satu toko yang menjual berbagai macam baju kaos, sepatu, celana, hingga berbagai macam aksesoris seperti gelang, kaos kaki, jam, dan lain-lain. Semua yang dijual di Toko Thankyoumom termasuk barang original sehingga bisa memuaskan keinginan konsumennya. Maka dari itu pengambilan strategi yang tepat sangat penting agar toko ini menang dalam persaingan usaha dan menjadi pilihan para konsumen untuk membeli produk original. Dengan latar belakang diatas, menjadi dasar pertimbangan penulis untuk mengetahui bagaimana peranan strategi pemasaran yang dilakukan Toko Thankyoumom Banjarmasin terhadap penjualannya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian dalam skripsi ini adalah penelitian kualitatif dengan

pendekatan deskriptif. Merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari informan penelitian dan perilaku obyek penelitian yang diamati. Dalam penelitian ini tidak ada perlakuan yang ditambahkan atau dikurangi dalam perolehan data di lapangan, penelitian ini menggambarkan suatu gejala, kondisi dan sifat situasi secara apa adanya tanpa adanya manipulasi pada waktu penelitian lapangan dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemasaran adalah fungsi manajemen yang mempunyai tujuan mencapai penjualan secara efektif dengan cara menentukan kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Sasaran dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru, menetapkan harga, mendistribusikan produk dan mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Berdasarkan hasil pengamatan penulis Toko Thankyoumom Banjarmasin merupakan salah satu toko pakaian brand internasional yang banyak diminati masyarakat Banjarmasin. Akan tetapi meskipun diminati banyak orang Toko Thankyoumom Banjarmasin masih memiliki permasalahan yang harus cepat di atasi untuk menjaga keberlangsungan jalannya perusahaan. Adapun permasalahan yang terjadi pada Toko Thankyoumom Banjarmasin menurut pengakuan dari Pimpinan Perusahaan (*owner*) saat wawancara dengan penulis adalah terjadinya penurunan penjualan pada 2 tahun terakhir. Yaitu dari tahun 2019 hingga tahun 2020.

Menurut pengamatan penulis hal ini terjadi dikarenakan belum optimalnya strategi pemasaran yang dilakukan dan salah satunya pada strategi *marketing mix* (bauran pemasaran). Terutama pada strategi promosi dan strategi harga Toko Thankyoumom Banjarmasin. Menurut hasil wawancara penulis dengan bagian

pemasaran Toko Thankyoumom Banjarmasin, ternyata strategi promosi yang dilakukan hanya melalui media sosial (Instagram, Tokopedia, Shopee). Menurut pengakuan narasumber hal ini dilakukan karena adanya anggapan bahwa Toko Thankyoumom Banjarmasin sudah cukup lama berdiri dan banyak diminati masyarakat sehingga tidak memerlukan strategi dalam bentuk lain. Sedangkan strategi harga yang dilakukan Toko Thankyoumom Banjarmasin belum maksimal karena harga produk yang dijual cenderung tinggi. Oleh karena itu konsumen mempertimbangkan kembali untung membeli produk tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh Toko Thankyoumom Banjarmasin belum berpengaruh terhadap omzet penjualan.

Penurunan penjualan dalam 2 tahun terakhir hendaknya harus ditangani dengan cepat dan tepat oleh Toko Thankyoumom Banjarmasin dengan mengevaluasi dan menyusun kembali strategi pemasaran yang tepat dan efektif sehingga omzet penjualan kembali meningkat dan stabil sehingga perusahaan dapat berkembang lebih baik lagi.

Toko Thankyoumom Banjarmasin sebagai usaha yang bergerak di bidang penjualan pakaian brand lokal dan internasional sekarang ini merasa lumayan banyak mempunyai saingan. Hal ini membuat Toko Thankyoumom Banjarmasin berusaha mengantisipasi persaingan tersebut dengan terus berupaya meningkatkan omzet penjualan serta menerapkan strategi pemasaran yang tepat.

1) Kebijakan Strategi Pemasaran yang dijalankan oleh Toko Thankyoumom Banjarmasin dalam Upaya Meningkatkan Omzet Penjualan

Toko Thankyoumom Banjarmasin telah berdiri hampir 5 tahun yang mempekerjakan beberapa orang karyawan. Untuk mengetahui sejauh mana kebijakan strategi pemasaran yang dijalankan oleh Toko Thankyoumom Banjarmasin dalam

upaya meningkatkan omzet penjualannya, berikut adalah hasil pengamatan dan penelitian yang dilakukan :

(1) Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan manusia atau organisasi. Suatu perusahaan sering kali menjual atau memasarkan tidak hanya satu produk saja tetapi bermacam-macam produk yang dipasarkan. Karena dengan memasarkan banyak macam produk, maka perusahaan akan memperoleh penjualan yang lebih tinggi. Sedangkan perusahaan yang hanya menjual satu macam produk jika produk tersebut mengalami kegagalan atau tidak disenangi lagi oleh konsumen, maka perusahaan akan mengalami kesulitan dalam penjualan. Berdasarkan penelitian penulis, produk yang dijual oleh Toko Thankyoumom Banjarmasin merupakan pakaian dari berbagai brand lokal dan internasional. Adapun produk yang dijual selain pakaian yaitu sepatu, topi, dan masih banyak lagi. Toko Thankyoumom Banjarmasin terus berupaya memenuhi penyediaan produk untuk memenuhi kepuasan konsumen. Dengan kemampuan perusahaan menyediakan produk yang lengkap, tentu akan menarik minat konsumen dari berbagai kalangan untuk membeli. Dari hal pelayanannya, Toko Thankyoumom Banjarmasin selalu membekali ilmu kepada karyawan-karyawannya dengan pengetahuan mengenai bagaimana cara yang baik dalam melayani konsumen agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang telah dilakukan oleh Toko Thankyoumom Banjarmasin. Karena faktor pelayanan sangat berpengaruh pada keberhasilan pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan.

(2) Harga

Harga suatu produk juga dipertimbangkan dalam pembelian, oleh karena itu penetapan harga harus tepat. Kesan terlalu mahal ataupun terlalu

murah akan menghambat pembelian. Berdasarkan sudut pandang konsumen, harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang tersebut. Menurut hasil penelitian yang penulis lakukan Toko Thankyoumom Banjarmasin telah menetapkan harga dengan harga yang cukup tinggi dengan kualitas yang bagus dibanding dengan pesaingnya. Karena Toko Thankyoumom tidak menjual dengan harga murah hanya karena persaingan pasar yang ketat. Semakin bagus kualitas produknya maka semakin tinggi harga yang dijual Oleh Toko Thankyoumom Banjarmasin. Mereka berharap konsumen dapat memilih sesuai dengan pilihannya masing-masing seiring banyaknya perusahaan yang menjual produk yang sama dengan harga yang lebih murah.

(3) Distribusi

Distribusi memegang peranan penting dalam hal mendistribusikan barang serta melancarkan arus barang ke konsumen dan sebagai penentu kelangsungan berjalannya suatu usaha. Saluran distribusi yang mempermudah akses terhadap barang atau jasa bagi para konsumen. Tempat dimana produk tersedia dalam sejumlah saluran distribusi dan outlet yang memungkinkan konsumen dapat dengan mudah memperoleh suatu produk. Tujuan dari distribusi adalah menyediakan barang atau jasa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen pada waktu dan tempat yang sama. Menurut penelitian penulis rangkaian distribusi yang dilakukan oleh Toko Thankyoumom Banjarmasin adalah saluran distribusi langsung dari Toko Thankyoumom langsung kepada konsumen. Dengan semakin majunya teknologi, saluran distribusi dapat dilakukan melalui saluran telekomunikasi seperti telepon dan jaringan internet. Perantara distribusi ini

tidak hanya bermanfaat sebagai penghubung antar konsumen dan perusahaan dalam banyak hal aksesibilitas terhadap produk, tetapi juga akses informasi yang terkait dengan produk.

(4) Promosi

Promosi digunakan untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang produk dan promosi merupakan langkah nyata untuk mengenalkan dan meyakinkan konsumen agar membelinya. Dalam manajemen pemasaran dikatakan bahwa promosi merupakan ujung tombak dari kegiatan bisnis suatu produk dalam rangka menjangkau pasar sasaran dan menjual produk tersebut. Maka dari itu promosi dalam bauran pemasaran mempunyai peranan penting untuk memasarkan produknya, banyak berbagai cara promosi yang digunakan untuk memasarkan produknya agar dapat dikenal oleh masyarakat. Dalam melakukan promosi diharapkan promosi akan mempengaruhi konsumen agar tertarik lalu menciptakan permintaan atas produk tersebut dan akhirnya membeli produk yang dijual oleh penjual. Namun, berdasarkan penelitian dan pengamatan yang dilakukan penulis serta penuturan dari narasumber ternyata Toko Thankyoumom Banjarmasin tidak melakukan promosi secara maksimal. Karena promosi yang dilakukan hanya melalui media sosial. Hal ini terjadi karena adanya anggapan kalau Toko Thankyoumom Banjarmasin sudah cukup lama berdiri dan banyak diminati masyarakat. Jadi Toko Thankyoumom Banjarmasin masih dapat menambah promosi dalam bentuk lainnya agar omzet penjualan dapat meningkat.

2) Keadaan Omzet Penjualan Toko Thankyoumom Banjarmasin Selama 5 Tahun Terakhir

Tabel 1 – Data Omzet Penjualan Produk Toko Thankyoumom Banjarmasin pada tahun 2016-2020

No	Bulan	2016 (Rp)	2017 (Rp)	2018 (Rp)	2019 (Rp)	2020 (Rp)
1	Januari	55.840.000	73.830.000	74.882.000	60.750.000	30.420.000
2	Februari	66.289.000	71.250.000	72.990.000	50.880.000	45.663.000
3	Maret	64.271.000	69.430.000	73.280.000	52.400.000	41.230.000
4	April	65.780.000	70.280.000	66.864.000	42.770.000	32.238.000
5	Mei	66.230.000	71.330.000	70.349.000	36.830.000	18.376.000
6	Juni	65.290.000	67.245.000	68.090.000	31.060.000	16.885.000
7	Juli	62.770.000	68.029.000	68.340.000	28.470.000	20.430.000
8	Agustus	74.280.000	69.212.000	73.287.000	33.970.000	15.350.000
9	September	71.452.000	72.900.000	74.541.000	42.640.000	9.850.000
10	Oktober	70.668.000	71.890.000	72.954.000	20.477.000	6.433.000
11	November	68.653.000	68.350.000	69.327.000	18.930.000	13.679.000
12	Desember	72.860.000	69.332.000	68.032.000	25.338.000	15.400.000

Sumber : Toko Thankyoumom Banjarmasin (2021)

Berdasarkan dari tabel diatas dapat dilihat penurunan penjualan pada tahun 2019 hingga tahun 2020, ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Toko Thankyoumom Banjarmasin belum cukup efektif. Untuk mengatasi hal tersebut hendaknya disusun suatu strategi pemasaran yang tepat dan efektif, sehingga omzet penjualan dapat ditingkatkan.

3) Kendala yang dihadapi Oleh Toko Thankyoumom Banjarmasin Dalam Menerapkan Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Omzet Penjualan

Adapun kendala yang dihadapi oleh Toko Thankyoumom Banjarmasin adalah belum maksimalnya strategi pemasaran yang dilakukan untuk memasarkan produk-produknya, terutama pada strategi harga dan strategi promosi.

a. Kendala Harga

Salah satu kendala yang dihadapi oleh Toko Thankyoumom Banjarmasin adalah harga produk yang cenderung tinggi. Hal ini terjadi karena kualitas produk yang dijual oleh Toko Thankyoumom

Banjarmasin sangat baik dan ongkos pengiriman barang yang cenderung mahal mengingat kebanyakan produk yang dijual oleh toko *thankyoumom* banjarmasin di ambil dari luar negeri. Pada beberapa golongan masyarakat harga menjadi lebih penting daripada kualitas. Hal ini menyebabkan omzet penjualan mengalami penurunan.

b. Kendala Promosi

Saat ini promosi yang dilakukan oleh Toko *Thankyoumom* Banjarmasin hanya melalui media sosial (Instagram, Tokopedia, Shopee). Hal ini terjadi karena adanya anggapan kalau Toko *Thankyoumom* Banjarmasin sudah cukup lama berdiri dan banyak diminati masyarakat. Jika dicermati hal tersebut akan berdampak pada omzet penjualan.

4) Upaya yang Dilakukan oleh Toko Thankyoumom Banjarmasin Untuk Mengatasi Kendala yang Dihadapi Dalam Menerapkan Strategi Pemasaran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang penulis lakukan pada Toko *Thankyoumom* Banjarmasin berdasarkan data-data yang diperoleh untuk meningkatkan omzet penjualannya. Adapun upaya yang dilakukan untuk mengatasi kendala yang dihadapi yaitu sebagai berikut :

a. Upaya Dari Segi Harga

Penentuan harga merupakan hal penting dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan permintaan penjualan, sedangkan unsur yang lainnya hanya unsur biaya saja. Walaupun penetapan harga merupakan persoalan penting, masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga suatu produk. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, tingkat keuntungan, serta *share* pasar yang dapat dicapai oleh suatu perusahaan.

Salah satu upaya dalam meningkatkan omzet penjualan *Thankyoumom* Banjarmasin yaitu dengan

cara memberikan potongan harga (*discount*) atau memberi hadiah jika membeli barang dengan nominal tertentu. Pemberian *discount* adalah salah satu strategi yang paling banyak digunakan dalam meningkatkan omzet penjualan. Strategi pemberian *discount* ini terbukti sangat efektif dalam penjualan produk. Alasannya karena mampu memberikan sugesti pada konsumen jika harga produk seolah lebih murah. Beberapa kelebihan pemberian *discount* yaitu sebagai berikut :

a. Meningkatkan Penjualan Produk

Kelebihan yang satu ini sudah jadi rahasia umum. Seperti yang kita tahu *discount* mampu menarik perhatian para konsumen untuk membeli produk. Secara otomatis penjualan produk pun akan semakin meningkat.

b. Produk Akan Jadi Pilihan Utama

Pemberian *discount* membuat produk tidak dibanding-bandingkan dengan produk lain. Hal ini membuat produk lebih menarik perhatian dan bisa jadi pilihan utama.

c. Memberi Kesan Positif Pada Pelanggan

Salah satu keuntungan dari pemberian *discount* adalah mendapat kesan positif dari pelanggan. Dari sebuah penelitian membuktikan jika kebanyakan orang menerima *discount* atau sebuah kupon mereka jadi lebih bahagia. Untuk itulah, kita harus memanfaatkannya demi keuntungan jangka panjang.

d. Memberikan Bonus atau Hadiah

Semua orang tentunya akan senang jika mendapat hadiah tambahan. Pemberian hadiah adalah sebuah daya tarik bagi konsumen untuk berbelanja. Pemberian hadiah akan lebih efektif diaplikasikan pada produk yang tidak terlalu diminati. Jadi hadiah yang diberikan tidak perlu mahal. Berikan saja barang yang sekiranya menumpuk dan masih berhubungan dengan barang utama yang dibeli konsumen.

b. Upaya Dari Segi Promosi

Toko *Thankyoumom* Banjarmasin dapat melakukan kegiatan yang bertujuan mempengaruhi konsumen agar mengenali

produk yang ditawarkan dan dapat menarik minat konsumen tidak hanya melalui media sosial (Instagram, Tokopedia, Shopee) bisa ditambah promosi yang lain seperti :

a. Membuat Website

Membuat website menjadi strategi promosi yang tepat untuk memasarkan berbagai bisnis saat ini. Adanya website ini membuat bisnis yang dipromosikan menjadi lebih layak dan profesional. Hal ini bertujuan untuk membuat Toko Thankyoumom Banjarmasin dikenal banyak orang dan bisa dicari di mesin pencari seperti Google.

b. *Endorsement* Kepada Selebgram

Dengan perkembangan internet dan juga Instagram membuat orang-orang dengan *followers* banyak di Instagram menjadi pusat perhatian. Istilah kekinian untuk orang-orang seperti itu adalah selebgram atau selebriti instagram. Adanya para selebgram ini sangat memudahkan untuk menjadi strategi promosi produk melalui cara *endorsement*. *Endorsment* adalah kegiatan membayar atau menggunakan selebgram untuk mempromosikan produk yang dijual. Para selebgram ini bisa dihubungi melalui pesan di Instagram atau direct message untuk bertanya mengenai harga *endorsement*. *Endorsement* dalam Instagram juga memiliki nama lain yaitu *paid promote* atau promosi berbayar. Jadi dengan adanya *endorsement*, usaha yang dijalankan akan semakin dikenal banyak orang karena dipromosikan oleh selebgram.

c. Membuat Konten Di Sosial Media Populer

Membuat video atau konten di sosial media yang sedang populer seperti youtube dan tiktok dapat memperluas jaringan promosi karna sosial media tersebut saat ini disukai dan digunakan oleh banyak orang. Melalui media seperti youtube kita bisa memberikan video-video edukasi sebuah produk, cara membedakan produk yang asli dan yang palsu, membuat review produk yang kita jual, dan masih banyak contoh konten lainnya.

Selain strategi promosi di atas, Toko Thankyoumom dapat menerapkan strategi promosi utama yang paling baik dalam meningkatkan omzet penjualan adalah sebagai berikut :

1. Periklanan (*Advertising*)

Suatu bentuk penyajian dan promosi bukan pribadi mengenai produk atau jasa, gagasan yang dibayar oleh sponsor tertentu. Dengan periklanan, Toko Thankyoumom berharap dapat membangun citra produk dalam jangka panjang.

2. Penjualan Tatap Muka (*Personal Selling*)

Dalam *personal selling* terjadi interaksi secara langsung, saling bertemu muka antara pembeli dan penjual. Komunikasi yang dilakukan kedua belah pihak bersifat individual dan dua arah, sehingga penjualan dapat langsung memperoleh tanggapan sebagai umpan balik dari keinginan dan kesuksesan pembeli. Penyampaian berita atau percakapan yang dilakukan sangat fleksibel karena dapat menyesuaikan dengan situasi yang ada. Toko Thankyoumom Banjarmasin dapat melakukan *personal selling* seperti membagikan brosur atau mengadakan *event-event*.

3. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Membangun hubungan baik dengan berbagai kalangan untuk mendapatkan publisitas yang diinginkan, membangun citra perusahaan yang baik, dan menangani atau menanggapi rumor, berita, dan kejadian tidak menyenangkan. Publisitas merupakan sejumlah informasi tentang seseorang, baranga atau organisasi yang disebarkan masyarakat melalui media tanpa dipungut biaya atau tanpa pengesahan dari sponsor.

4. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Kegiatan-kegiatan yang termasuk dalam promosi penjualan antara lain: peragaan, pertunjukan pameran, demonstrasi dan sebagainya, biasanya kegiatan ini

dilakukan bersama sama dengan kegiatan promosi lain dan biayanya relatif lebih murah dibandingkan periklanan dan *personal selling*. Selain itu promosi penjualan juga lebih fleksibel karena dapat dilakukan setiap saat dengan biaya yang tersedia dan dimana saja. Toko Thankyoumom Banjarmasin dapat memberikan insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk.

5. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)
Direct marketing merupakan suatu sistem pemasaran interaktif yang menggunakan satu atau lebih media periklanan atau respon yang terukur dan transaksi dimanapun. Hubungan langsung dengan konsumen individual yang ditargetkan secara cermat untuk memperoleh respons segera dan membangun hubungan pelanggan yang langgeng.

Kegiatan ini dapat menjadi acuan untuk meningkatkan omzet penjualan, serta perusahaan harus membuat rencana kegiatan promosi yang baik dan tepat, dan menyediakan budget khusus untuk pelaksanaan promosi tersebut. Karena promosi merupakan cara menarik minat para konsumen. Jika strategi pemasaran tersebut sudah diterapkan dengan baik maka akan berdampak pada peningkatan omzet penjualan dan tujuan perusahaan pun dapat tercapai.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan data yang dikumpulkan tentang Kebijakan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Omzet Penjualan pada Toko Thankyoumom Banjarmasin, maka dapat diuraikan kesimpulan atas permasalahan yang dibahas, yaitu sebagai berikut :

1. Dalam strategi pemasaran yang dilakukan Toko Thankyoumom Banjarmasin hanya melakukan promosi melalui media sosial (Instagram, Tokopedia, Shopee),

serta ada kendala dalam strategi harga yang belum maksimal karena harga produk yang dijual cenderung tinggi. Oleh karena itu konsumen mempertimbangkan kembali untuk membeli produk tersebut.

2. Strategi Pemasaran yang diterapkan Toko Thankyoumom Banjarmasin masih kurang optimal dalam meningkatkan omzet penjualan. Hal ini dapat dilihat pada 2 tahun terakhir, yaitu dari tahun 2019 hingga tahun 2020 Toko Thankyoumom Banjarmasin mengalami penurunan penjualan. Akan tetapi meskipun mengalami penurunan Toko Thankyoumom masih banyak diminati masyarakat, karena kualitas produk yang dijual Toko Thankyoumom Banjarmasin merupakan kualitas yang sangat baik.
3. Upaya yang dilakukan Toko Thankyoumom Banjarmasin agar mengatasi kendala promosi yaitu dengan menambah promosi lainnya seperti : membuat *website*, *endorsement* kepada selebgram, membuat konten dimedia populer serta dapat melakukan periklanan, *personal selling*, hubungan masyarakat, promosi penjualan, dan pemasaran langsung.
4. Dari segi harga, upaya yang dilakukan Toko Thankyoumom Banjarmasin yaitu dengan cara memberikan potongan harga (*discount*) atau memberi hadiah jika membeli barang dengan nominal tertentu. Pemberian *discount* merupakan salah satu strategi yang paling banyak digunakan dalam meningkatkan omzet penjualan.

Saran

Adapun saran-saran yang penulis berikan untuk Toko Thankyoumom Banjarmasin yang diharapkan dapat berguna dalam menentukan strategi pemasaran yang baik dan optimal dimasa sekarang ataupun di

masa yang akan datang dalam upaya meningkatkan omzet penjualan yaitu :

1. Untuk meningkatkan omzet penjualan, Toko Thankyoumom Banjarmasin hendaknya meningkatkan strategi pemasaran terutama pada strategi harga dan promosi. Karena strategi pemasaran yang tepat akan berdampak pada penjualan dan tercapainya tujuan perusahaan.
2. Apabila Toko Thankyoumom Banjarmasin ingin membuat perencanaan kegiatan promosi atau penjualan, harus direncanakan dengan sebaik-baiknya agar lebih efektif dan menyediakan anggaran atau budget untuk pelaksanaannya.
3. Pada strategi harga disarankan agar Toko Thankyoumom Banjarmasin memberikan potongan harga kepada konsumen dengan tujuan dapat meningkatkan omzet penjualan. Baik potongan diskon kepada pengecer dalam bentuk diskon dengan syarat pembayaran, maupun untuk konsumen akhir berupa potongan harga musiman seperti saat hari raya atau akhir tahun.
4. Toko Thankyoumom Banjarmasin disarankan agar menerapkan strategi promosi yang tepat yaitu seperti periklanan, *personal selling*, hubungan masyarakat, promosi penjualan serta pemasaran langsung ke konsumen.

Daftar Pustaka

- Amir, M. Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*. Penerbit PT Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Afifah, Nurul. 2019. *Analisis Penerapan Kebijakan Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Perusahaan Air Mineral Cleo Pada PT. Sariguna Primatirta Pelaihari*. UNISKA, Banjarmasin. Diakses 30 April 2021
- Daryanto. 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Cetak Pertama. Bandung. PT Sarana Tutorial Nuraini Sejahtera.
- Hery, 2019. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit PT Grasindo. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *According to Koler*. Alih Bahasa : Herman Sudrajat. Penerbit PT Bhuana Ilmu Populer, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2004. *Konsep Dasar Pemasaran dan Pengambilan Keputusan*. Terjemah Muchtaruddin Siregar. Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik*. Penerbit Salemba Empat : Jakarta.
- Lamb, Charles W, dkk. 2001. *Pemasaran*. Edisi Buku 1. Alih Bahasa: David Octarevla. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Oktaviani, Nurlaily. 2019. *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Travel "PT. Noor Thoibah" Kota Banjarmasin*. UNISKA, Banjarmasin. Diakses 30 April 2021
- Robbins and Judge. 2007. *Perilaku Organisasi*. Jilid 2 Jakarta : Salemba Empat.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran (Teori dan Implementasi)*. Yogyakarta : Andi.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty : Yogyakarta.
- Swastha, Basu dan Handoko.1997. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perilaku Konsumen*. Liberty : Yogyakarta.
- Simamora, Henry. 2000. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jilid 1, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2012. *Pemasaran Strategik*. Edisi 2. Penerbit CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta : Andi.
- Wijayanto, Dian. 2012. *Pengantar Manajemen*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.