

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ONLINE TERHADAP DISTRO COGANSTORE DI BANJARMASIN PADA MASA PANDEMI COVID-19

Yuda Aprilianto¹, Hairul², Syahrani³

¹Prodi Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB.NPM.17310259

²Prodi Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB.NIK. 069 908 141

³Prodi Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB.NIK.060407234

Email: pdkbyuda@gmail.com

ABSTRAK

Distro Coganstore Banjarmasin yaitu Usaha Kecil Menengah di bidang *fashion* yang menjual pakaian dan aksesoris kualitas dengan menyesuaikan selera *fashion* konsumen.. Agar mengetahui target online penjualan di Distro Coganstore Banjarmasin, faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan pada Distro Coganstore Banjarmasin, strategi pemasaran Distro Coganstore Banjarmasin dan strategi pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan online pada masa pandemi covid-19

Metode penelitian agar melakukan suatu penelitian yang benar dan tepat, maka diperlukan, sebuah metode penelitian yang tersusun sistematis. Data yang digunakan yaitu yang bersumber dari data primer dan data sekunder.

Hasil penelitian target penjualan pada Distro Coganstore Banjarmasin, memperoleh omzet, memperoleh keuntungan bagi Distro Coganstore Banjarmasin, disamping bukan hanya memperoleh keuntungan yang diharapkan target penjualan target penjualan agar selalu laku disemua kalangan masyarakat mampu dinikmati pecinta *fashion* Distro Coganstore Banjarmasin. Faktor – faktor yang mempengaruhi pada penjualan Distro Coganstore Banjarmasin dengan memakai konsep Basu Swashta yaitu kondisi dan kemampuan penjual, kondisi pasar atau tempat, memiliki cukup modal dan mempunyai kondisi organisasi atau rekan kerja yang bisa dipercaya serta faktor pemanfaatan sosial media yang bisa menarik konsumen. Strategi pemasaran online yang digunakan Distro Coganstore Banjarmasin yaitu harus menjaga kualitas produk, mengikuti event (secara online) agar menarik minat para konsumen agar melihat katalog produk, memperluas media promosi dengan berbagai media sosial dan situs belanja online (*e-commerce*), membuat peta titik lokasi toko atau distro, ikut bergabung kedalam komunitas bisnis, terutama yaitu komunitas bisnis *fashion*. Agar meeningkatkan omzet penjualan strategi pemasaran online yang dilakukan oleh Distro Coganstore Banjarmasin yaitu menjaga kualitas produk, memberikan layanan terbaik dan terus meningkatkan pelayanan, serta memberikan promo dan diskon yang menarik.

Kata Kunci : Strategi pemasaran, Omzet penjualan

ABSTRACT

Distro Coganstore Banjarmasin is a small and medium business in the field of fashion that sells quality clothing and accessories by adjusting consumer fashion tastes.. To find out the online sales target in the Banjarmasin Coganstore Distro, the factor that affects the level of sales at the Coganstore Banjarmasin distribution, the marketing strategy of the Banjarmasin Coganstore distribution and marketing strategy in increasing online sales turnover during the Covid-19 pandemic period

The research method for conducting a correct and appropriate research, it is necessary, once the research method arranged systematically. The data used is sourced from primary data and secondary data.

Target research results sales on Coganstore Banjarmasin Distro, obtained turnover, benefit from Banjarmasin Coganstore Distro, besides not only benefit the sales target of the sales target to always sell in all people can be enjoyed by Fashion lovers Distro Coganstore Banjarmasin. Factors that influence the sale of Coganstore Distro Banjarmasin by using the concept of basu swashta, namely the conditions and abilities of the seller, market conditions or places, have enough capital and have trustworthy organizational conditions or colleagues and social media utilization factors that can attract consumers. The online marketing strategy used by Banjarmasin Coganstore Distro is to maintain product quality, following the event (online) to attract consumers to view product catalogs, expand promotional media with various social media and online shopping sites (e-commerce), making a point map The location of the store or distribution, joins into the business community, especially is the fashion business community. To enhance the sales turnover of the online marketing strategy carried out by the Banjarmasin Coganstore Distro is to maintain the quality of the product, provide the best service and continue to improve service, and provide attractive promos and discounts.

Keywords: Marketing Strategy, Sales Turnover

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 menghantarkan perubahan dengan mengalami dampak yang besar agar UMKM, usaha restoran, maupun toko ritel berskala besar sampai tanpa sedikit usaha yang mengalami penurunan penjualan sehingga harus menutup usahanya, akan tetapi sebagian retail lain misalnya supermarket maupun mini market yang masih tetap bisa berjalan.

Pada perkembangan teknologi yang terus meningkat pesat secara tidak langsung memotivasi berkembangnya perekonomian di Indonesia, pada akhirnya mampu meningkatkan persaingan diantara para pengusaha jasa, makna-makna pemasaran modern yang mengedepankan konsumen semakin berkembang dan menimbulkan adanya persaingan di antara produsen. Ketatnya persaingan ini menjurus opini-opini dari para pengusaha agar menumbuhkan cara pemasaran jasa yang lebih baik serta peningkatan kualitas dalam pelayanan. Agar konsumen lebih cermat pada saat memilih dan membeli jasa (Nadyfah,2014).

Terbisa beberapa keuntungan dengan memakai media internet seperti dari segi *cost* karena biaya yang terbilang murah agar mampu mempromosikan produk dalam strategi *door to door* ataupun saat *launching* produk, informasi tentang produk yang diciptakan agar perlu dibuat pada sebuah website dengan jaringan internet sehingga akan mempengaruhi penjualan karena memudahkan dalam keunggulan kompetitif atau yang disebut *competitive advantage* (Insan Cahya setia,2018, p.2). Berbagai media sosial yang sekarang semakin banyak menjadi sumber informasi yang paling sering di akses oleh perusahaan. dengan *cost* yang sangat sedikit sudah bisa mengakses semua daerah potensial dan penyampaian informasi secara kesemuaan bisa dilakukan dengan cepat tanpa mengurangi kualitas informasi tersebut (Novianti et al.,2020, p. 5).Media sosial yang sekarang menjadi salah satu kebutuhan penting hampir di semua kalangan masyarakat karena tidak membutuhkan biaya yang tinggi dan kenyamanan dalam mengakses selama 24 jam, baik agar mengakses media informasi, hiburan, bisnis dan lainnya.

Sehingga pemasaran dengan metode media sosial atau internet sangat efisien dan optimal serta secara tidak langsung membuat penawaran yang tepat sasaran serta optimal dengan memanfaatkan media sosial. Perkembangan ini beriringan dengan majunya teknologi yang menjadi dasar kebutuhan sosial yang sekarang dengan bantuan media elektronik bisa saling terhubung secara luas dan menyeluruh, yang membuat peluang yang lebih besar dalam menciptakan pasar yang optimal melalui pengiklanan di website maupun media sosial (instagram, whatsapp, dan lainnya). Di masa yang akan datang internet sangat mempengaruhi perkembangan ekonomi dengan majunya bisnis modern dan telekomunikasi yang diharapkan bisa menciptakan media informasi yang lebih modern di era digital.

Memanfaatkan internet atau media sosial sebagai media pemasaran produk secara online yaitu cara yang tepat agar dilakukan oleh para pengusaha. Oleh karena itu strategi yang diterapkan oleh para pelaku usaha ini harus dilakukan secara agar produk yang dihasilkan bisa diterima oleh masyarakat dengan memberikan keterangan yang jelas dan bisa dipercaya konsumen. Media sosial yang banyak digunakan pelaku usaha dalam memasarkan hasil produksinya.

Pentingnya peranan strategi pemasaran dalam mencapai keberhasilan sebuah usaha, sehingga bidang pemasaran memiliki peran yang penting agar menjalankan rencana usaha. Dengan tujuan mempertahankan ataupun meningkatkan angka penjualan jasa atau produk yang di produksi. Melalui pemanfaatan peluang agar meningkatkan penjualan yang disertai dengan penerapan strategi pemasaran yang tepat dan konsisten, sehingga mempertahankan ataupun meningkatkan kedudukan maupun posisi sebuah perusahaan bisa diraih.

Distro merupakan singkatan dari *distribution outlet*, sejenis toko *fashion* yang menerima menjual produk dari banyak jenis *clothing* merk lokal maupun luar. Selain daripada itu, banyak distro yang

memproduksi pakaian siap pakai dan memberi merk pakaian sendiri. Contoh distro di Wilayah Banjarmasin tepatnya di Jl. Sultan Adam kompleks Mandiri lestari IV kelurahan Surgi Mufti Kecamatan Banjarmasin Utara, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan 70122 yang cukup ramai dikunjungi oleh kawula muda yaitu Distro Coganstore.

Selain itu Distro Coganstore juga menyediakan beberapa produk lain seperti Tas, dompet, jas, jam tangan dan accesories lainnya Agar sistem ukuran yang digunakan Distro Coganstore yaitu S, M, L, XL, XXL, dst(Nasional) ,Penomor 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, dst(kemeja) , Penomor 27,28,29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, dst(Celana) dan *Taylor Size*(ukur satu per satu).

Seperti halnya yang dilakukan para pebisnis di daerah Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Kurang lebih dalam 5 tahun terakhir ini perusahaan Distro Coganstore, yaitu di Jl. Sultan Adam Komplek Mandiri lestari IV kelurahan Surgi Mufti kecamatan Banjarmasin Utara, kota Banjarmasin, kalimantan selatan 70122. Masyarakat zaman sekarang cenderung selalu mengikuti *trend fashion* yang selalu berubah – ubah, karena sudah menjadi kebutuhan penting dalam kehidupan sosial sehari – hari sebagai penunjang kepercayaan diri

Distro Coganstore Banjarmasin merupakan toko yang bergerak dalam bidang penjualan pakaian, celana, sepatu, dan kebutuhan *fashion* lainnya, yang berperan agar membantu para kalangan muda dan bisa juga pada umum lainnya, agar tampil *stylist*. Namun ditengah masa pandemi ini terbisa masalah pada penjualan yaitu penbisaan yang tidak stabil bahkan terjadi penurunan.

Berikut data penjualan distro Coganstore dari april2020 hingga april2021(pada masa pendemi covid-19) data ini yang digunakan oleh penulis sebagai objek penelitian.

Tabel 1 Penbisaan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19(April2020 – April2021)
Distro Coganstore Banjarmasin

No	Bulan	Total Penjualan(Rp)
1.	April2020	24.085.235
2.	Mei2020	31.723.500
3.	Juni2020	64.681.000
4	Juli2020	80.100.781
5.	Agustus2020	86.490.080
6.	September2020	149.626.329
7.	Oktober2020	165.702.699
8.	November2020	116.993.400
9.	Desember2020	134.640.400
10	Januari2021	103.629.258
11.	Februari2021	89.003.283
12.	Maret2021	103.861.210
13.	April2021	119.845.412
Jumlah		1.209.382.587,00

Sumber : Distro Coganstore,2021

Dari tabel 1 dalam satu tahun terakhir terjadi dinamika angka penjualan yang naik dan turun, terlihat total penjualan terendah pada bulan april2020, yaitu24.085.235 rupiah. Kemudian perlahan meningkat pada bulan mei2020 hingga puncaknya bulan oktober2020 dengan total penjualan 165.702.699 rupiah. Pada bulan november mengalami penurunan yang cukup signifikan menjadi 116.993.400 rupiah. Pada bulan berikutnya yaitu bulan desember kembali mengalami kenaikan penjualan menjadi 134.640.400 rupiah. Bulan berikutnya mengalami penurunan kembali namun menjadi 103.629.258 rupiah. Pada bulan februari2021 terjadi penurunan penjualan kembali menjadi 89.003.283 rupiah. Namun pada bulan maret2021 hingga april2021 terus mengalami kenaikan.

Dari data tersebut pada awal masa pandemi covid-19 sangat berdampak besar pada penjualan distro coganstore Banjarmasin. Terlihat pada bulan april hingga juni menjadi jumlah penjualan terendah, namun pada bulan – bulan berikutnya mengalami kenaikan dan penurunan yang cukup

signifikan. Walaupun penjualan telah mulai beranjak membaik, masih belum begitu stabil dan konsisten. Sehingga perlu adanya upaya agar meningkatkan omzet penjualan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif serta memakai analisis secara detail. Data yang digunakan yaitu yang bersumber dari data primer dalam bentuk perhitungan. Menambahkan informasi dan data yang diperlukan agar penelitian ini, memakai beberapa metode antara lain: Studi Kepustakaan, Wawancara dan Observasi

PEMBAHASAN

A. Target Penjualan di Distro Coganstore Banjarmasin

Target penjualan yaitu bagian yang utama yang tidak bisa diabaikan. Keberhasilan pada bisnis sangat ditentukan oleh seberapa banyak produk yang terjual atau semakin besar omzet penjualan semakin tinggi keuntungan yang dibisakan. Disinilah peranan penting Marketing agar mewujudkan keberhasilan suatu bisnis tersebut dengan perencanaan strategi 'Marketing Plan' dan tips yang benar dalam meliputi Produk (*Product*), Tempat (*Place*), Harga (*Price*), Promosi (*Promotion*).

Faktor-faktor utama yang menjadi peranan penting agar diketahui sebelum menentukan target penjualan dari Distro Coganstore yaitu sebagai berikut :

- 1) Target yang baik yaitu target yang bisa di capai dengan "melompat". Maka dengan itu penting maknanya mengetahui takaran angka target tersebut haruslah pas, realistis, terukur dan bisa di capai, karena menetapkan target yang terlalu rendah akan berimplikasi kepada kemampuan marketing yang akan menurun dan menetapkan target yang terlalu tinggi tidak realistis
- 2) Target yang baik harus sejalan dengan prediksi pertumbuhan pasar dan rencana pengembangan bisnis kedepan. Sebagai seorang penentu target penjualan, sangat penting kiranya bagi kita agar bisa menganalisa data-data yang terjadi dalam bisnis kita sehari hari, seperti 'Berapa prediksi pertumbuhan pasar ditahun depan ?
- 3) Target yang baik harus berdasar pada unsur pertimbangan yang realistis. Penting bagi kita agar mencapai target yang di tentukan, tetapi tidak kalah penting pula bahwasanya kita harus realistis dalam melihat keadaan yang ada.

Adapun dalam menentukan target penjualan distro Coganstore Banjarmasin yaitu :

- 1) S= *Specific* (Spesifik)

Target penjualan yang baik harus spesifik. Maknanya, target penjualan harus memiliki dasar pencapaian yang pasti dan tidak mengambang. Contohnya, ketika menentukan target penjualan pada sebuah distro, kita harus bisa menentukan target penjualan yang spesifik seperti "Pada bulan Juni 2020, penjualan harus mencapai 200 item kaos". Jangan sampai target penjualan kita hanya mengambang seperti "Pada bulan Juni 2020, penjualan harus bertambah".

2) M= *Measurable*(Bisa Diukur)

Target penjualan yang baik harus bisa diukur. Maknanya, kita bisa mengukur dengan mudah apakah sebuah target penjualan telah tercapai atau belum. Contohnya, jika kita menargetkan penjualan sepatu pada sebuah distro di Bulan Juni bertambah sebanyak 200% dari bulan sebelumnya, maka kita bisa menghitung keberhasilan tersebut dengan tingkat keberhasilan penjualan di bulan Mei. Jika pada Bulan Mei ada 65 pasang sepatu yang terjual, maka pada bulan Juni seharusnya ada 130 pasang sepatu yang terjual. Dengan target penjualan yang seperti ini, target penjualan kita bisa terukur.

3) A= *Attainable*(Bisa Diraih)

Target penjualan yang baik yaitu target penjualan yang bisa diraih. Kita harus menentukan target penjualan yang kita yakin akan mampu meraihnya. Jika kita hendak menaikkan target penjualan, buatlah angka kenaikan yang memang bisa kita lampau. Contohnya, jika rata-rata penbisaan kita selama satu tahun terakhir yaitu 20 juta setiap bulan, maka kita bisa saja menaikkan target penjualan menjadi 22 hingga 25 juta per bulan. Angka ini tentunya bisa diraih, meskipun tetap harus diikuti dengan meningkatnya tingkat usaha yang kita lakukan.

Target penjualan yang tidak *attainable* contohnya yaitu merubah target penjualan dari 20 juta per bulan menjadi 30 juta per bulan. Target penjualan yang seperti ini sebaiknya dihindari karena agar apa kita menentukan target penjualan padahal kita tahu tidak akan mampu agar meraihnya.

4) R= *Realistic*(Realistis)

Hampir sama seperti poin sebelumnya. Target penjualan harus ditentukan secara realistis. Beberapa pengusaha mungkin mengharapkan hasil penjualan yang spektakuler. Namun, target penjualan yang spektakuler itu terkadang tidak diimbangi dengan kualitas produk atau pun *benefit* yang bisa dibisakan oleh konsumen. Hal ini tentunya menyulitkan *sales* dalam menjual dan mencapai target penjualan yang ditentukan. Maka dari itu, target penjualan harus dibuat secara realistis, yakni harus seimbang dengan faktor-faktor lain yang menyertainya.

5) T= *Time bounded*(Dibatasi Oleh Waktu)

Sebuah target penjualan yang baik haruslah dibatasi oleh waktu. Jangan sampai target penjualan telah kita susun, namun kita tidak tahu kapan target penjualan itu bisa tercapai. Misalnya, seorang pengusaha tahu menargetkan akan berpindah lokasi berjualan dari yang awalnya hanya secara *online* menjadi sebuah toko. Ia hanya menargetkan “saya akan berjualan di sebuah toko” tanpa memberi batasan kapan ia akan mencapai target tersebut. Jika hal ini dibiarkan terus berlanjut, bisa-bisa target tersebut akan menjadi target seumur hidup yang tidak akan pernah bisa dicapai.

B. Strategi Pemasaran Distro Coganstore Banjarmasin

Strategi Pemasaran pada Distro Coganstore Banjarmasin bisa dimaksimalkan dengan melakukan hal - hal berikut :

1) Tingkatkan Pelayanan Distro

Melakukan selalu evaluasi dalam pelayanan terbaik kepada konsumen agar para konsumen selalu merasa nyaman, sedikit melakukan kesalahan segera melakukan perbaikan dan meminta maaf pelanggan akan disambut saat mereka memasuki distro, ruang etalase atau area pembayaran. Pelanggan akan dibantu dalam mencari produk yang dicari pada saat jam sibuk, Pelanggan dengan kebutuhan khusus wajib dibantu menghantarkan barang saat berbelanja. Dan Pelanggan dengan anak kecil akan dibantu dengan cara yang sama.

2) Konsep Distro

Penting agar memiliki konsep dalam menjalankan bisnis *fashion* khususnya Distro. Melakukan konsep yang unik dan berbeda dari konsep Distro yang sudah ada akan membuat pelanggan tertarik. Daripada sibuk-sibuk mencari konsep terbaik, lebih baik kembangkan konsep impian. Banyak sekali Distro yang sukses dengan konsep impian pemiliknya. Dan hanya perlu mengembangkan dan membungkus konsep dengan baik dan tepat.

Jika konsep sudah diputuskan maka selanjutnya bisa menentukan desain interior dan eksterior agar Distro. Pemilihan alat-alat pajangan yang sesuai dengan konsep juga perlu agar dilakukan.

3) Variasi Produk

Secara berkala, ada baiknya agar memunculkan produk - produk baru yang sesuai dengan konsep Distro Coganstore . Jangan ragu agar mencoba mengenalkan setiap produk baru pada pelanggan. Ajak pelanggan agar berdiskusi tentang produk - produk baru tersebut agar melakukan evaluasi dan perbaikan.

4) Kompetensi Karyawan

Mengikuti pelatihan – pelatihan secara berkala terutama pada bidang pengelolaan media – media online. Bisa diikuti oleh karyawan yang dikhususkan dan dipilih karena memiliki minat dan bakat di bidang tersebut. Sehingga bisa memaksimalkan akun – akun media sosial dan *e-commerce* Distro Coganstore Banjarmasin secara maksimal. Bisa menarik minat para calon konsumen dan menaikkan penjualan.

C. Lokasi Atau Tempat Distro Coganstore Banjarmasin.

Agar bisa memaksimalkan aktivitas penjualan Distro Coganstore Banjarmasin alangkah baiknya memindahkan ke lokasi baru dengan memperhatikan beberapa aspek diantaranya :

1) Mudah Ditemukan

Maknanya lokasi atau tempat usaha bisa didatangi dengan mudah, sehingga tidak terlalu memakan waktu konsumen. Seperti berada di tepi jalan utama tidak masuk kedalam gang atau komplek yang berblok – blok sehingga menyusahkan calon konsumen. Bisa juga dengan dibuatkan peta titik lokasi agar jauh lebih mudah lagi.

2) Strategis

Berada pada pusat keramaian atau dekat dengan tempat – tempat yang menjadi kegiatan para calon – calon konsumen. Seperti instansi – instansi maupun perusahaan – perusahaan, sekolah atau kampus – kampus.

3) Desain ruangan yang modern dan nyaman

Desain ruangan harus disesuaikan dengan selera konsumen yang dimana hampir kesemuanya yaitu para kawula muda. Areanya juga jangan terlalu sempit dan juga harus bersih sehingga bisa memberikan kesan nyaman pada para konsumen. Terutama pada masa pandemi covid-19 saat ini yang mengharuskan agar menjaga jarak satu sama lain.

4) Lingkungan yang Aman

Lingkungan yang aman juga penting agar meminimalisir hal – hal yang tidak diinginkan terjadi. Maka sebaiknya memilih tempat yang aman dalam menjalankan usaha agar kegiatan penjualan bisa terlaksana dengan baik.

D. Strategi Pemasaran Online Menghadapi Pandemi covid-19 pada Distro Coganstore Banjarmasin

Agar menghadapi pandemi covid-19 serta agar meningkatkan omzet penjualan Distro Coganstore ini tidaklah mudah, sebagai pelaku bisnis harus memperhatikan segala aspek yang ada pada bisnis distro yang bisa menjadi peluang agar meningkatkan omzet penjualan. Berikut ini beberapa strategi yang bisa di coba:

1) Menjaga kualitas produk

Dengan memuluskan suatu bisnis *fashion* maka menjaga kualitas produk pakaian ini penting agar terus dilakukan. Terlebih lagi kualitas produk ini bisa menjadi bahan penilaian konsumen dan mempengaruhi terhadap keputusan konsumen apakah akan kembali lagi agar membeli terhadap produk tersebut. Mengingat saat ini konsumen bisa dengan mudah menilai keunggulan dan kelemahan dari produk yang ditawarkan. Hal tersebut membuat konsumen bisa membandingkan antara produk satu dengan produk yang lainnya. Sehingga agar meningkatkan omzet penjualan produk bisa memperhatikan kualitas produk agar tetap terjaga baik itu dari segi bahan, trend, tampilan, cara penyusunan dan bahkan kenyamanan serta kebersihan distro tersebut. Setelah menjaga kualitas produk yang ditawarkan maka bukan hanya meningkatkan omzet penjualan tetapi juga akan memberikan pengaruh terhadap integritas bisnis. Selain itu, ketika berupaya menaikkan harga produk maka tidak akan menjadi masalah bagi konsumen asalkan tetap menjaga kualitas produk.

2) Memberikan pelayanan terbaik

Dalam memberikan pelayanan terbaik pada saat menjalankan bisnis ini juga memiliki kaitan dengan menjaga kualitas produk. Yang mana ketika bisnis mampu memberikan pelayanan yang terbaik maka secara langsung juga akan meningkatkan kualitas produknya. Hal tersebut dikarenakan para konsumen merasa nyaman agar kembali membeli produk yang ada. Seperti misalnya ketika karyawan atau pemilik sendiri bersikap ramah dan sabar terhadap konsumen pada saat konsumen bertanya tentang produk yang ditawarkan maka konsumen pun tak segan-segan agar menjadi pelanggan setia dan secara otomatis akan mampu meningkatkan omzet penjualan produk pakaian yang di tawarkan tersebut.

3) Memberikan promo dan diskon

Dengan memberikan promo dan diskon ini pada dasarnya berhubungan dengan melakukan promosi. Memberikan promo dan diskon ini merupakan salah satu cara yang cukup efektif agar meningkatkan omzet penjualan. Sebagai pelaku bisnis bisa memberikan promosi dan diskon pada saat ada kegiatan atau event dari *e-commerce* yang memiliki peluang bagus agar mendatangkan konsumen. Contohnya yaitu event Harbolnas(hari belanja online nasional) yang rutin dilaksanakan oleh media – media *e-commerce*. Dengan begitu maka banyak konsumen yang tertarik dan membeli produk pakaian yang ditawarkan sehingga bisa meningkatkan omzet penjualan.

4) Memaksimalkan media online

Pada era yang sudah sangat modern seperti saat ini tentunya sudah banyak sekali jenis media sosial maupun media *e-commerce* yang semakin mudah diakses dan digunakan. Apalagi ditengah pandemi covid-19 saat ini media online yaitu cara yang paling aman agar bertransaksi. Maka dari itu media online menjadi peluang yang bagus agar media promosi dan pemasaran produk dari Distro Coganstore Banjarmasin.

Dengan membuat konten – konten yang menarik terkait produk yang di pasarkan dan kemudian mempostingnya di media sosial akan menarik minat para calon konsumen agar membeli produk tersebut. Menambahkan lagi media – media *e-*

commerce juga harus dilakukan lagi oleh Distro Coganstore Banjarmasin karena setiap konsumen memiliki kecendrungan terhadap media *e-commerce* yang berbeda – beda.

5) Melaksanakan protokol kesehatan

Dengan menerapkan protokol kesehatan dengan disiplin maka akan memberikan rasa aman kepada para konsumen dan juga para karyawan. Tidak hanya pada aktivitas penjualan secara *offline* saja, penerapan protokol kesehatan juga bisa diterapkan pada penjualan secara *online* yaitu dengan memastikan bahwa setiap produk yang dikirimkan ke pelanggan telah disterilisasi. Agar sterilisasi ini sendiri bisa dilakukan dengan penyemprotan disinfektan maupun dengan penyinaran dengan lampu UV (*ultraviolet*). Sehingga konsumen merasa aman dan tidak enggan agar membeli produk Distro Coganstore Banjarmasin.

6) Melakukan evaluasi bisnis distro

Cara yang terakhir dalam meningkatkan omzet penjualan pakaian ini dengan cara melakukan evaluasi bisnis. Dengan melakukan evaluasi bisnis, maka bisa diketahui apa saja yang dirasa kurang ataupun masih belum benar dalam memberikan pelayanan, melakukan promosi dan lain sebagainya yang bisa menghambat keinginan agar meningkatkan omzet penjualan. Setelah itu, harus bisa memperbaikinya dengan baik mengingat para pelaku bisnis lain pun juga ingin meningkatkan omzet penjualan. Sehingga jika tidak begitu tanggap dan bertindak cepat akan menghantarkan dampak buruk seperti ketertinggalan dalam bersaing.

PENUTUP

Dari penelitian yang telah dilaksanakan pada Distro Coganstore Banjarmasin bisa diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Target penjualan di Distro Coganstore Banjarmasin agar memperoleh omzet penjualan serta memperoleh keuntungan bagi Distro Coganstore Banjarmasin dan agar selalu laku disemua kalangan masyarakat sehingga mampu menjadi penyedia kebutuhan *fashion*.
- 2) Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan Distro Coganstore Banjarmasin yaitu kondisi dan kemampuan penjualan, kondisi pasar atau tempat dan modal serta daya beli masyarakat di masa pandemi Covid-19.
- 3) Strategi Pemasaran pada Distro Coganstore Banjarmasin menjaga kualitas produk, mengikuti perkembangan *fashion*, memperluas media promosi, membuat peta, titik lokasi penjualan distro berada, ikut bergabung kedalam komunitas bisnis, aktif mempromosikan di sosial media, bekerja sama dengan ojek online dan membuat program diskon secara berkala.
- 4) Agar meningkatkan omzet penjualan strategi pemasakan yang dilakukan Distro Coganstore yaitu kualitas produk dan memberi pelayanan terbaik.
- 5) Media Online yang digunakan Distro Coganstore belum maksimal karena media yang digunakan masih sedikit. Agar media pemasaran hanya memakai aplikasi Shopee sedangkan agar media promosi hanya memakai Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina Shinta.(2011).*Manajemen pemasaran*.
Insan Cahya setia.(2018).Manajemen Pemasaran Online Shop Dalam Perkembangan Internet Di Indonesia. *Manajemen Pemasaran Online Shop Dalam Perkembangan Internet Di*.
Kotler, P.(2012).*Kotler on marketing*. Simon and Schuster.
Mayvita Ade Prihatini. 2015. nalisis *Positioning* Restoran Cepat Saji Waralaba *Fried Chicken* Di Banjarmasin Berdasarkan Persepsi Konsumen(Studi Pada KFC Duta Mall, *Texas Fried Chicken*

- Duta Mall, AW Duta Mall Dan California *Fried Chicken* Rs Ulin Banjarmasin). Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjary Banjarmasin
- Muniroh, L., & Yudhawati, D.(2017).Pelatihan Pemasaran Secara Online Pada UMKM Tas Di Bojong Rangkas Ciampea Kabupaten Bogor. *PROSIDING LPPM UIKA BOGOR*, 75-82.
- Nadyfah, N.(2014).*Analisis Pengaruh Harga, Promosi dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa NR. Wedding Organizer Surabaya*. 13–93.
- Novianti, E., Ruchiyat Nugraha, A., Komalasari, L., Komariah, K., & Rejeki, S.(2020). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PENYEBARAN INFORMASI PROGRAM PEMERINTAH(Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran). *AL MUNIR : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 11(1), 48–59.
<https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir>