

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK DI TOKO PLASTIK REZEKI BORNEO BAHRI BANJARBARU

ABSTRAK

Rizkia Nur Amilin¹, Farida Yulianti², Lamsah³

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 17.31.0432

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 1121076901

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 1125126201

Email : rizkianuramilin13@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1) Strategi pemasaran yang dilakukan dalam meningkatkan penjualan produk di Toko Plastik Rezeki Borneo Bahri Banjarbaru. 2) Strategi pemasaran yang seharusnya dilakukan dalam meningkatkan penjualan produk di Toko Plastik Rezeki Borneo Bahri Banjarbaru.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, yaitu dengan memberikan uraian pada hasil penelitian secara deskripsi, gambar dan fakta yang akurat dari hasil pengamatan langsung di lapangan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1). Strategi pemasaran yang dilakukan Toko Plastik Rezeki Borneo Bahri Banjarbaru dalam meningkatkan penjualan produk adalah dengan menggunakan bauran pemasaran 4p yaitu dengan strategi produk (*product*), strategi harga (*price*), strategi distribusi atau tempat (*place*) dan strategi promosi (*promotion*) yang mana strategi tersebut masih belum maksimal pelaksanaannya terutama pada strategi promosi. 2). Strategi pemasaran yang seharusnya dilakukan dalam meningkatkan penjualan pada Toko Plastik Rezeki Borneo Bahri di Banjarbaru adalah memaksimalkan pada strategi promosi yaitu dengan cara membuat *standing banner* yang diletakkan di depan toko agar terlihat oleh calon konsumen dan juga melakukan periklanan melalui sosial media seperti Instagram untuk dapat meningkatkan penjualannya.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Peningkatan Penjualan

ABSTRACT

This study aims to find out: 1) The marketing strategy carried out in increasing product sales at the Rezeki Borneo Bahri Plastic Shop Banjarbaru. 2) The marketing strategy that should be carried out in increasing product sales at the Rezeki Borneo Bahri Plastic Store Banjarbaru.

This study uses a qualitative descriptive research method, namely by providing a description of the results of the research by description, pictures and accurate facts from the results of direct observations in the field.

The results of this study indicate that: 1). The marketing strategy carried out by the Rezeki Borneo Bahri Banjarbaru Plastic Shop in increasing product sales is to use a 4p marketing mix, namely the product strategy, price strategy, distribution or place strategy and promotion strategy which strategy The implementation is still not optimal, especially in the promotion strategy. 2). The marketing strategy that should be done in increasing sales at the Rezeki Borneo Bahri Plastic Store in Banjarbaru is to maximize the promotion strategy, namely by making standing banners placed in front of the store to be seen by potential consumers and also advertising through social media such as Instagram to increase sales. .

Keywords: Marketing Strategy, Sales Increase

PENDAHULUAN

Suatu usaha didirikan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan agar usaha tersebut dapat berkelanjutan. Untuk mendapatkan keuntungan yang berkelanjutan, suatu usaha harus memiliki daya saing, dengan cara meningkatkan volume penjualan, menjaga kualitas, dan meningkatkan pelayanan. Dalam hal ini untuk meningkatkan volume penjualan, suatu usaha harus bersaing untuk mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya dan menjaga loyalitas konsumennya sehingga kelangsungan suatu usaha dapat berkelanjutan sehingga mampu bersaing.

Disamping itu, untuk mendapatkan pelanggan sebanyak mungkin, setiap perusahaan memiliki cara dan strategi yang berbeda. Penggunaan cara metode tersebut dalam ilmu pemasaran disebut strategi pemasaran. Apabila perusahaan tidak menetapkan strategi pemasaran yang tepat maka perusahaan tidak dapat berkembang karena itu hendaklah setiap perusahaan harus dapat menetapkan cara dan strategi yang tepat sehingga akhirnya dapat bersaing dan merebut pasar yang ada.

Salah satu bentuk strategi pemasaran yang mampu mendukung dalam memasarkan produk untuk mempertahankan usaha adalah penggunaan strategi pemasaran yang meliputi "Price, Product, Promotion, Place/Distribution, People, Process, dan Physical Evidence" (Prinasa 2017;38). Faktor yang ada dalam strategi pemasaran merupakan variabel-variabel yang diharapkan mampu mempertahankan usaha, atau dengan

kata lain variabel-variabel tersebut akan mempengaruhi suatu usaha perusahaan dalam mempertahankan usahanya. Terwujudnya kesetiaan pelanggan, maka akan berimbas terhadap peningkatan penjualan sehingga dapat terus mempertahankan eksistensi usahanya.

Setiap toko berusaha merebut dan mempertahankan pelanggan sebanyak mungkin dengan cara berusaha memuaskan semua keinginan pelanggan. Maka untuk mencapai tujuan tersebut, maka harus memerlukan strategi yang tepat. Jika strategi yang selama ini digunakan hanya untuk menjaga loyalitas konsumen, maka ke depan harus membutuhkan suatu strategi baru sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan toko plastik tersebut, tidak hanya untuk mempertahankan konsumen tapi berusaha memperluas pangsa pasar yang dapat diraih.

Seperti contohnya pada penelitian kami di Toko Plastik Rezeki Borneo Bahri, toko yang berlokasi di Jl. Gotong Royong III no. 84. Toko Plastik Rezeki Borneo Bahri ini terkena imbas dari wabah *Covid-19* yang terjadi saat ini, Imbas nya sendiri menyebabkan penurunan penjualan karena mengalami kesulitan dalam melaksanakan strategi pemasaran di masa pandemi ini.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, diketahui bahwa dalam meningkatkan penjualan toko plastik tersebut perlu melakukan strategi pemasaran yang tepat. Penulis bermaksud untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di Toko Plastik Rezeki Borneo Bahri di Banjarbaru".

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif karena memberikan uraian pada hasil penelitian secara deskripsi, gambar dan fakta yang akurat dari hasil pengamatan di lapangan. Dalam penilaian ini data di analisis kemudian di tarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti dapatkan melalui wawancara dan observasi langsung yang peneliti lakukan dengan pemilik Toko Plastik Rezeki Borneo Bahri, maka peneliti menyimpulkan tentang hasil penelitian yang tertuju pada rumusan masalah sebagai berikut :

Strategi pemasaran yang dilakukan dalam meningkatkan penjualan pada Toko Plastik Rezeki Borneo Bahri di Banjarbaru

1. Strategi Produk (*product*)

Produk dalam hubungannya dengan pemasaran adalah merupakan titik sentral dari kegiatan marketing. Semua kegiatan marketing lainnya digunakan untuk menunjang pemasaran produk. Strategi produk yang dilakukan Toko Plastik Rezeki Borneo Bahri Banjarbaru dalam mengembangkan suatu produk adalah dengan memperhatikan dari kualitas produk yang dijual. Dengan produk yang berkualitas dan bermutu akan menarik perhatian konsumen.

2. Strategi Harga (*Price*)

Harga juga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan marketing mix, penentuan harga menjadi sangat penting untuk di perhatikan, mengingat harga merupakan salah satu

penyebab laku tidaknya produk yang ditawarkan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat total terhadap produk yang di tawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut di pasar. Harga yang ditawarkan oleh Toko Plastik Rezeki Borneo Bahri Banjarbaru sangat terjangkau dan disana juga tersedia harga grosir yang memudahkan para konsumen untuk lebih mendapatkan harga yang lebih murah karena telah membeli secara grosiran.

3. Strategi Tempat (*Place*)

Melihat dari tempat yang di pilih pemiik yaitu area pada Jl. Gotong Royong tak heran jika Toko Plastik Rezeki Borneo Bahri memiliki tempat yang strategis untuk melaksanakan bisnisnya Penentuan lokasi tempat berjualan yang terletak di Jl. Gotong Royong 3 merupakan tempat yang berlokasi di penduduk yang padat, selain itu juga lokasi Toko Plastik Rezeki Borneo Bahri sangat mudah dicari yang mana untuk memudahkan para konsumen untuk menjangkau lokasi toko tersebut.

4. Strategi Promosi (*Promotion*)

Promosi yang dilakukan oleh pemilik Toko Plastik Rezeki Borneo Bahri adalah dengan menggunakan media papan nama yang di letakkan di depan Toko Plastik Rezeki Borneo Bahri dan penyebaran brosur dan kartu nama toko kepada calon konsumen. Dengan harapan dapat meningkatkan penjualan dengan mempromosikan jualan dengan media tersebut.

Strategi pemasaran yang seharusnya dilakukan dalam

meningkatkan penjualan pada Toko Plastik Rezeki Borneo Bahri di Banjarbaru

Dalam masa pandemi covid-19 seperti sekarang ini membuat pendapatan Toko Plastik Rezeki Borneo Bahri menjadi menurun, ditambah kurangnya promosi yang dilakukan oleh Toko Plastik Rezeki Borneo Bahri membuat penurunan penjualan bagi toko plastik tersebut. Promosi secara online dengan media sosial seperti instagram seharusnya dapat menjadi jalan keluar bagi pelaku usaha UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam masa pandemi covid-19 sekarang ini. Seperti yang kita ketahui promosi menggunakan media sosial telah lama ada karena seiring berkembangnya zaman, salah satunya adalah media sosial instagram. Media sosial instagram banyak digemari masyarakat luas karena tidak hanya berisi foto atau video namun juga berisi berbagai informasi yang dapat digunakan oleh masyarakat luas. Salah satunya menjadi platform atau wadah untuk para pelaku usaha dapat mempromosikan usaha mereka.

Promosi secara online dengan media sosial telah marak digunakan berbagai perusahaan dalam mempromosikan usahanya dalam masa pandemi covid-19 sekarang ini. Hal tersebut berpengaruh pada peningkatan penjualan bagi perusahaan yang gencar memasarkan produknya melalui media sosial, dimana banyak orang yang tidak dapat keluar rumah jika mengingat adanya pandemi covid-19 seperti sekarang ini, maka dari itu semakin gencar melakukan promosi online maka semakin banyak ketertarikan konsumen.

Seharusnya pada masa pandemi covid-19 seperti ini hal yang dapat dilakukan Toko Plastik Rezeki Borneo Bahri dalam menarik minat konsumennya adalah dengan gencar melakukan promosi melalui media sosial (instagram). Namun hal tersebut

menjadi hambatan terbesar bagi Toko Plastik Rezeki Borneo Bahri. Karena kurangnya menguasai marketing melalui media sosial (instagram) mereka maka strategi pemasaran yang dijalankan mengalami hambatan, hal tersebut berdampak pada peningkatan penjualan mereka.

PENUTUP

1. Strategi pemasaran yang dilakukan dalam meningkatkan penjualan pada Toko Plastik Rezeki Borneo Bahri telah berjalan dengan baik, hanya saja perlu lebih ditingkatkan lagi strategi pemasaran melalui bauran pemasaran.
2. Strategi pemasaran yang seharusnya diterapkan dalam meningkatkan penjualan oleh Toko Plastik Rezeki Borneo Bahri di Banjarbaru dengan menambah strategi pemasaran pada strategi promosinya yaitu melakukan promosi online melalui media sosial seperti instagram dan media sosial lainnya. Strategi promosi secara online juga dapat dilakukan dengan menggunakan jasa *influencer marketing*.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrew D. J. (2015). *Leadership* (Terjemahan). Edisi Kedua. Prenada Media. Jakarta.
- Aminah.(2019). *Analisis Strategi Pemasaran Usaha Kerajinan Rotan Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Molek Pengrajin Rotan Di Banjarbaru*. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjary Banjarmasin
- Ari Setyaningrum, dkk.(2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta

- Assauri, Sofjan.(2014).*Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Basu, Swastha DH, Irawan. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern Edisi ke-2*. Yogyakarta : Liberty Offest.
- Indra Wijaya dan Sri Setyo Iriani, *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen*, Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 1 No.3 Mei 2013, hlm 911
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)
- Kotler, Philip dan Kevin, Keller. (2016). *“Marketing Management”*. Global Edition 15e, *Pearson Education International Inc, United States*
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2014). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Jakarta: Pt. Indeks
- Subadi, Agus. (2011). *Analisis Kebijakan Saluran Distribusi Dan Promosi Pada Industri Rumah Tangga Kerupuk Cap Ayu Di Kotabaru*. Fakultas Ekonomi Uniska Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjary.
- Suciati, P., & Maulidiyanti, M. (2019). *Kekuatan 7P Bauran Pemasaran Terhadap Pilihan Mahasiswa Berkuliah di Program Pendidikan*
- Swastha, Basu. (2011). *Manajemen Penjualan*.Jakarta : Erlangga
- Widharta, WillyPratama dan Sugiono Sugiharto. (2013). *Penyusunan Strategi dan Sistem Penjualan dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2 No. 1 Hal 1-15.Surabaya
- Abdurrahman & Nana Herdiana (2018). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia
- Pearce II, John A. Richard B. Robinson, Jr. (2014). *Manajemen Strategi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Radna Andi Wibowo. (2019). *Manajemen Pemasaran*.Semarang. hal. 2
- Suciati, P., & Maulidiyanti, M. (2019). *Kekuatan 7P Bauran Pemasaran Terhadap Pilihan Mahasiswa Berkuliah di Program Pendidikan*
- Stanton, William J. (2012). *Prinsip Pemasaran*, alih bahasa : Yohanes Lamarto. Penerbit Erlangga,Jakarta.
- Swastha, Basu. (2012). *Akuntansi Penjualan*. Jakarta : Penerbit PT Grasindo

