ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UPAYA MENINGKATKAN OMSET PADA PT. RESTU GURU PROMOSINDO CAB. BANJARBARU SAAT COVID-19

ABSTRAK

Rusdiana, Akhmad Samhudi, Teguh Wicaksono³

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 17.31.0589

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 069 908 141

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 061 510 918

Email: Rusdianadidi3012@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis stategi pemasaran pada PT. Restu Guru Promosindo, dan juga mengetahui Strategi pemasaran pada PT. Restu Guru Promosindo yang harus dilakukan saat Covid-19.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Jenis penelitian, dan penelitian yang digunakan adalah kualitatif yaitu data yang tidak dapat dihitung atau bukan berupa angka yang di peroleh dari hasil wawancara dengan pimpinan perusahaan dan karyawan dalam perusahaan serta informasi-informasi khususnya tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan omset pada perusahaan PT. Restu Guru Promosindo Cab. Banjarbaru.

Dari hasil penelitian yang dilakukan menyimpulkan bahwa strategi pemsaran PT. Restu Guru Promosindo merumuskan strategi pemasaran, menerapkan marketing mix 4P, dan strategi pemasaran umum dan menyeluruh. Dari strategi yang dilakukan PT. Restu Guru Promosindo didapatkan penunjang dan penghambat dalam meningkatkan omset pada PT. Restu Guru Promosindo. Yang menjadi penunjang dalam upaya meningkatkan omset diantaranya: yaitu dengan harga yang lebih murah dari pesaing tanpa mengurangi kualitas produk atau jasa yang ditawarkan merupakan suatu keunggulan dalam menarik konsumen, kualitas pelayanan pada PT. Restu Guru Promosindo merupakan hal yang baik kerna langsung ditindak lanjuti jika ada pemesanan atau saat konsultasi mengenai keinginan pelanggan, selain itu PT. Restu Guru Promosindo juga sering memberikan promosi cetak spanduk 3 meter gratis cetak 1 meter, dan sering membagikan hasil produk yang telah dicetak untuk dijadikan contoh hasil produksi oleh PT. Restu Guru Promosindo ke sosial media. Sedangkan penghambat dalam meningkatkan omset penjualan : merebaknya Covid-19 membuat hampir semua perusahaan termasuk percetakan PT. Restu Guru Promosindo menggalami penurunan omset penjualan dikernakan menurunnya hasil produksi dan pelayanan pada PT. Restu Guru Promosindo, 70% minat cetak proyek pemerintahan hampir berkurang kerna tidak diperbolehkan membuat acara kerna dapat membuat orang-orang berkerumunan dan membuat virus cepat menyebar.

Kata kunci: Omset, Strategi Pemasaran, PT. Restu Guru Promosindo

This study aims to determine the analysis of marketing strategies at PT. Restu Guru Promosindo, and also know the marketing strategy at PT. Promosindo Guru's blessing that must be done during Covid-19.

This study aims to determine and analyze the type of research, and the research used is qualitative, namely data that cannot be calculated or not in the form of numbers obtained from interviews with company leaders and employees in the company as well as information, especially about marketing strategies in increasing turnover. at the company PT. Restu Guru Promosindo Cab. Banjarbaru.

From the results of research conducted concluded that the marketing strategy of PT. Restu Guru Promosindo formulates a marketing strategy, implements a 4P marketing mix, and a general and comprehensive marketing strategy. From the strategy carried out by PT. Restu Guru Promosindo obtained support and inhibition in increasing turnover at PT. Restu Guru Promosindo. Which is a support in efforts to increase turnover include: namely with a lower price than competitors without reducing the quality of products or services offered is an advantage in attracting consumers, the quality of service at PT. Restu Guru Promosindo is a good thing because it is immediately followed up if there is an order or during a consultation regarding the customer's wishes, besides that PT. Restu Guru Promosindo also often provides promotions for printing 3 meter banners for free 1 meter, and often distributes printed products to be used as examples of production by PT. Promosindo Guru's blessing to social media. While the obstacle in increasing sales turnover: the outbreak of Covid-19 made almost all companies including printing PT. Restu Guru Promosindo experienced a decline in sales turnover due to the decline in production and service at PT. Restu Guru Promosindo, 70% interest in printing government projects has almost decreased because it is not allowed to hold events because it can make people gather and make the virus spread quickly.

Keywords: Turnover, Marketing Strategy, PT. Promosindo Guru's blessing

PENDAHULUAN

Objek dalam penelitian ini adalah PT. Restu Guru Promosindo Cab. Banjarbaru dimana PT. Restu Guru adalah salah satu percetakan yang berkembang pesat di banjarbaru saat ini, oleh karena itu PT. Restu Guru harus mengutamakan kualitas produk dan pelayanan yang terbaik untuk para pelanggannya. Kecanggihan alat cetak yang dimiliki perusahaan ini juga sangat memperhatikan fasilitas yang diberikan untuk pelanggan baik secara fisik maupun non-fisik, selain itu perusahaan juga memiliki strategi seperti menjaga kualitas dan produk agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan. **Fasilitas** yang diberikan tentunya ditujukan untuk

memberi kemudahan dan kenyamanan bagi pelanggan untuk melakukan transaksi dan juga menjadi alat untuk menarik konsumen sebanyak- banyaknya agar dapat bersaing dengan perusahaan percetakan lainnya Sehingga perusahaaan dapat memasarkan barang dengan cepat dan tentunya dapat mempercepat proses peningkatan omset.

Banyaknya perusahaan industri jasa percetakan selama ini tentulah banyak pula membawa masalah dan persaingan diantara sesama perusahaan percetakan, sehingga perusahaan mengembangkan kegiatan yang diperlukan dengan adanya langkah-langkah yang dapat mendorong kelangsungan jalannya perusahaan ditambah lagi saat diberlakukannya PSBB kerna merebaknya

Covid-19 di awal 2020. Perubahan ini diperlihatkan dengan menurunnya kondisi perekonomian di berbagai sektor setelah WHO menyatakan secara resmi Covid-19 sebagai pandemi. Kerugian diakibatkan oleh penyebaran Covid-19 telah dirasakan oleh para pengusaha dunia termasuk percetakan di Banjarbaru yang mengalami penurunan omset yang mengharuskan mereka untuk gulung tikar. Banyak perusahaan yang akhirnya tutup dengan alasan penurunan omset yang sangat drastis dan terpaksa memPHK para karyawannya karena perusahaan tidak dapat memutar modal dan tidak mampu menggajih para karyawannya.

Dengan strategi promosi penjualan PT. Restu Guru dapat mempertahankan usahanya dan juga mempertahankan para karyawannya agar tetap memdapatkan pekerjaan. Selain itu juga dapat meningkatkan penjualan produk agar dapat meningkatkan omset penjualan.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik menyusun skripsi ini dengan judul "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UPAYA MENINGKATKAN OMSET PADA PT. RESTU GURU PROMOSINDO CAB. BANJARBARU SAAT COVID-19"

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian dekskriptif kualitatif, yakni penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada saat ini dengan berdasarkan data yang telah ada dan tentunya bersumber dari wawancara serta observasi dengan pengamatan langsung dilokasi penelitian dan analisis dari bahanbahan tertulis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Produk: Berdasarkan hasil penelitian upaya meningkatkan penjualan dalam memasarkan produknya, produk dan jasa yang diberikan oleh PT. Restu Guru Promosindo harus dikembangkan dengan baik kerna produk dan pelayanan jasa adalah salah satu indikator dalam

penentuan kualitas yang harus diutamakan.

Produk dan jasa adalah suatu hasil dari proses yang dilakukan oleh para pengusaha untuk mendapatkan perhatian, peminatan, pemakaian atau kebutuhan para konsumen, para konsumen akan merasa puas jika pelayanan dan jasa yang diberikan oleh PT. Restu Guru Promosindo sesuai dengan keinginan konsumennya, maka dari itu PT. Restu Guru Promosindo dapat memecahkan masalah konsumen ataupun pengusaha yaitu dengan produk inti seperti cetak mencetak yang sering dibutuhkan oleh konsumen terutama para pengusaha yang baru memulai usaha sampai dengan pengusaha yang sudah berkembang, selain itu ada juga produk actual yang diberikan oleh PT. Restu Guru Promosindo yaitu dengan memberikan pelayanan jasa terbaik kepada para konsumen seperti yang dilakukan desainer pada percetakan ataupun pelayanan yang diberikan oleh admin di PT. Restu Guru Promosindo

2. Harga: Berdasarkan hasil penelitian Dalam upaya menetapkan harga PT. Restu Guru Promosindo mengambil strategi pemasaran dengan membandingkan atau melihat harga yang ditawarkan dari pesaing percetakan yang ada di Banjarbaru terlebih dahulu, kemudian PT. Restu Guru Promosindo dapat menentukan harga yang cocok untuk konsumen sehingga harga dapat disesuaikan dengan harga pesaingnya. Sehingga penentuan harga dapat lebih tepat kerna itu sangat penting jika harga yang ditawarkan murah dengan kualitas dan pelayanan yang terbaik yang mampu menarik minat konsumen untuk selalu memakai produk atau jasa yang ada di PT. Restu Guru Promosindo.

Selain itu PT. Restu Guru Promosindo juga memberikan harga khusus untuk masyarakat yang mendaftarkan harga member untuk para pengusaha pemula yang ingin mencetak di PT. Restu Guru Promosindo. 3. Promosi: Dari hasil penelitian strategi promosi yang ditawarkan oleh PT. Restu Promosindo Guru dalam membesarkan produk atau jasa yaitu dengan menggunakan sosial media, dengan itu koordinasi antara admin dengan konsumen tidak memerlukan waktu yang lama atau harus datang langsung secara offline, misalnya saat melakukan pemberian informasi atas pertanyaan atau kendala konsumen kepada admin, maka dengan itu admin akan dapat menjelaskan memberikan jawaban atas pertanyaan saat ini melakukan konsumen pemesanan.

Maka dari itu pengembangan sistem informasi yahng dilakukan oleh PT. Restu Guru Promosindo sudah benar kerna sistem pemasaran secara online dapat terkodinir dengan sangat baik.

Dalam kegiatan promosi vang dilakukan oleh PT. Restu Guru Promosindo sangat aktif dimedia sosial dan Promosi penjualan yang dilakukan PT. Restu Guru Promosindo yaitu dengan memberikan harga khusus untuk konsumen yang sudah menjadi member di PT. Restu Guru Promosindo, selain itu PT. Restu Guru Promosindo juga sering mempromosikan cetak spanduk 3 meter gratis cetak 1 meter, bukan hanya itu PT. Restu Guru Promosindo kerap memberikan pelayanan atau jasa gratis khusus untuk acara keagamaan misalkan gratis desain atau gratis cetak.

4. Tempat : Dari hasil penelitian dalam strategi distribusi atau tempat bukan hanya barang berwujud saja, tetapi hasil yang didapatkan oleh konsumen atau diperoleh yang konsumen. kegiatan distribusi PT. Restu Guru Promosindo jenis saluran yang dipilih adalah saluran distribusi secara langsung kerna transaksi yang dilakukan dengan konsumen secara langsung dalam proses pencetakan pemesanan atau jasa langsung terlibat dengan admin.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat Maka dapat diketahui bahwa PT. Restu Guru Promosindo adalah salah perusahaaan yang bergerak dibidang percetakan. Perusahaan PT. Restu Guru Promosindo telah berdiri kurang lebih 10 tahun dalam bidang cetak mencetak, dengan pelayanan jasa produksi yang dapat dan hasil memberikan kepuasan kepada pelanggan.

PENUTUP

Setelah melakukan analisis dari pembahasan pada PT. Restu Guru Promosindo maka diperoleh hasil penelitian yang telah dilakukan penulis, maka kesimpulan untuk PT. Restu Guru Promosindo yang diajukan penulis yaitu:

- 1. Penerapan Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Restu Guru Promosindo belum berjalan dengan maksimal, Dalam pelayanan dan jasa PT. Restu Guru Promosindo telah memberikan kepuasan pelanggan, tetapi kerna merebaknya virus Covid-19 penurunan produksi pelayanan maupun jasa sangat menurun drastis. Dalam hal target pemasaran PT. Restu Guru Promosindo berfokus kepada member percetakan dan pemerintah, dan penentukan posisi pasar yang dilakukan PT. Restu Guru Promosindo yaitu dengan cara memasarkan produk atau jasa secara offline dan juga melalui media sosial seperti Instagram, Whatsapp, Email, Personal Contack dan lain sebagainya
- 2. Penerapan strategi pemasaran PT. Restu Guru Promosindo dalam meningkatkan omset penjualan belum berjalan efektif sehingga belum tercapainya target, Indicator yang sangat berpengaruh yaitu pada promosi dalam meningkatkan omset penjualan.

Dari kesimpulan yang didapat dari penelitian ini, maka saran untuk PT. Restu Guru Promosindo yang diajukan penulis yaitu:

- 1. Dalam penerapan Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Restu Guru Promosindo yang belum berjalan dengan maksimal maka PT. Restu Guru Promosindo disarankan untuk berfokus melakukan strategi pemasaran menggunakan sosial media dengan lebih sering memberikan promo atau giat membuat konsten promosi yang dapat memikat hati pelanggan, kerna dengan konten promosi yang baik adalah salah satu cara yang efektif dalam promosi, selain strategi Penerapan Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Restu Guru Promosindo belum berjalan dengan maksimal juga disarankan menjalin hubungan dengan lebih baik lagi dengan para konsumen seperti saat melayani jasa editor ataupun saaat admin melayani konsumen serta meninta saran atau masukan dari konsumen atas pelayanan yang diberikan agar membangun dapat kemajuan bisnis pada PT. Restu Guru Promosindo.
- 2. Dalam meningkatkan upaya omset. PT. Restu Guru agar Promosindo mengatasi masalahnya lebih cepat, tepat, dan dapat berkembang lebih baik lagi dengan memperbaiki beberapa kekurangan baik dalam kegiatan produksi pemasaran pelayanan jasa,dalam meningkatkan omset PT. Restu Guru Promosindo harus sering mempromosikan produk dan jasa melalui sosial media dan memberikan harga terbaik atau diskon agar menarik minat konsumen kerna itu akan dapat

cepat menaikkan omset penjualan pada PT. Restu Guru Promosindo.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan (2014). Manajemen Pemasaran (Edisi 1-13). Jakarta: Rajawali Pers
- Atmoko, Prasetyo Hadi, T. (2018). Strategi pemasaran untuk Meningkattkan Volume Penjualan di Cavinton hotel Yogyakarta. Journal Of Tourism, 1 (2). 83-96
- Athori, A., & Supriyono (2013). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada Perusahaan Snack Lucky Olympic Kediri. Jurnal Ilmu Manajemen. 2
- Arrodhi, D. M. (2018). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA PENINGKATKAN OMZET DI MH MARTKECAMATAN PACIRAN KABUPATEN LAMONGAN. Surabaya.
- Irum (2012). Peran Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan kue Bangka. Jurnal Ilmiah, 3 (1) 21-29
- Kamaruddin (2017). Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Gas Elpiji Perspektif Ekonomi Islam. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 4 (1). 81-96
- Kurniawan, F. (2021). Penentuan Persediaan Bahan Baku Kertas pada Perusahaan Manufaktur Percetakan dengan Metode Long Short-Term Memory (Doctoral dissertation, Universitas Tarumanagara).
- Mudayana (2015). Analisis Strategi Pemasaran. Jurnal Khizanah Alhikmah, 2 (1). 21-23

- Munadi, Fandi (2015). Analisis Strategi pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Kendaraan
- Munandar, D. (2011). Analisis Penentuan Segmen, Target, dan Posisi Pasar Home Care di Rumah Sakit AL-ISLAM Bandung. Majalah Ilmiah UNIKOM.Motor pada CV Turungga Mas Motor. Jurnal Pustaka, 2 (1). 21-23
- Sanjaya, S. R. ((2017)). Strategi pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Unit Usaha Aqiqah Pada LAZ Nuruh Hayat Medan (Pendekatan analisis SWOT). Medan.
- Selang, C. A. (2013). Bauran pemasaran (marketing mix) pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada fresh mart Bahu Mall Manado. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 1(3).
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). Strategi Promosi Pemasaran. Jakarta: FKIP UHAMKA.
- Sukri, A. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Penentuan Segmentasi, Target Dan Posisi Pasar Toko Mebel Samsuri Ponorogo (Doctoral dissertation, IAIN PONOROGO).
- Permana, D. A., & Wening, N. (2015). **PEMASARAN** STRATEGI **PENERBIT UNIT** DAN PERCETAKAN **SEKOLAH** TINGGI ILMU MENAJEMEN YAYASAN **KELUARGA PAHLAWAN NEGARA** (Doctoral dissertation, **STIE** Widya Wiwaha).
- Rumetna, M. S., Otniel, O., Litaay, F., Sibarani, C., Tahrin, R., Lina, T. N., & Pakpahan, R. R. (2020). Optimasi Pendapatan Pembuatan

- Spanduk dan Baliho Menggunakan Metode Simpleks (Studi Kasus: Usaha Percetakan Shiau Printing). JURIKOM (Jurnal Riset Komputer), 7(2), 278-284.
- Tyas, A. A., Saroh, S., & Zunaida, D. (2020). STRATEGI PROMOSI PENJUALAN DALAM MENGHADAPI PESAING DI ERA DIGITAL (STUDI PADA PENGUSAHA MEBEL BINTANG BANYUWANGI). JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis), 9(2), 126-134.
- Wahyuni, W. (2019). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Hadji Kalla Cabang Gowa (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar)