

KEBIJAKAN HARGA DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO JULAK HAMSTER BANJARMASIN

Noor Hadani¹, Erni Alfisah², Muhammad Hadini³

¹Prodi Manajemen,61201, Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB.NPM.17310543

²Prodi Manajemen,61201, Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB.NIK.069.409.108

³Prodi Manajemen,61201, Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB. NIK.060.407.232

Email: noorhadani34@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji: (1) pemasaran berpengaruh terhadap peningkatan penjualan dan pencapaian omset pada Toko Julak Hamster Banjarmasin, (2) kebijakan berpengaruh dalam penetapan harga terhadap Toko Julak Hamster Banjarmasin, (3) hambatan-hambatan berpengaruh terhadap penjualan Toko Julak Hamster Banjarmasin.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan menggunakan metode *field research* dan *library* atau kepustakaan. Adapun sumber data yang digunakan adalah observasi dan interview, serta data-data penjualan pada Toko Julak Hamster Banjarmasin. Data akan dianalisis dengan metode deskriptif analisis. Landasan teori yang digunakan adalah teori pemasaran, penjualan, harga dan kebijakan harga.

Hasil penelitian menunjukkan (1) pemasaran berpengaruh signifikan terhadap penjualan dan pencapaian omset pada Toko Julak Hamster Banjarmasin (2) kebijakan berpengaruh signifikan dalam penetapan harga terhadap Toko Julak Hamster Banjarmasin (3) hambatan-hambatan berpengaruh signifikan terhadap penjualan Toko Julak Hamster Banjarmasin, hal ini berpengaruh terhadap pemilik toko agar bisa mengatasi hambatan-hambatan dalam penjualan agar bisa meningkatkan kesuksesan selanjutnya.

Kata Kunci : Pemasaran, Harga, Penjualan

ABSTRACT

This study aims to examine: (1) marketing has an effect on increasing sales and achieving turnover at the Julak Hamster Store Banjarmasin, (2) influencing policies in pricing the Julak Hamster Store Banjarmasin, (3) the barriers affecting sales at the Julak Hamster Store Banjarmasin.

This research is a qualitative research and uses field research and library methods. The data sources used are observations and interviews, as well as sales data at the Julak Hamster Store Banjarmasin. The data will be analyzed by descriptive analysis method. The theoretical basis used is the theory of marketing, sales, pricing and pricing policy.

The results showed (1) marketing had a significant effect on sales and the achievement of turnover at the Julak Hamster Store Banjarmasin (2) the policy had a significant effect on pricing the Julak Hamster Store Banjarmasin (3) barriers had a significant effect on sales at the Julak Hamster Store Banjarmasin, this influence the store owner in order to overcome obstacles in sales in order to increase further success.

Keywords: Marketing, Price, Sales

PENDAHULUAN

Perusahaan atau lembaga pemerintah maupun swasta tentunya memerlukan informasi. Informasi yang dimaksud adalah yang berkaitan dengan data-data organisasi baik itu mengenai data penjualan, data pegawai, data pekerjaan, data barang-barang dan lain lain. Pada umumnya setiap badan usaha yang menyangkut proses transaksi penjualan maupun pembelian selalu terbentuk sistem manajemen penjualan. Sistem ini akan mengontrol dan menangani keberadaan suatu barang yang akan disalurkan kepada pembeli.

Dengan diperolehnya informasi dengan cepat dan akurat perusahaan akan memperoleh keuntungan dalam hal langkah-langkah menjamin kelancaran informasi perusahaan tersebut dan mengantisipasi hal-hal yang akan memperoleh proses penjualan.

Untuk meningkatkan penjual pada Toko Julak Hamster Banjarmasin harus memberikan kebijakan-kebijakan harga atas hewan dan peralatan yang akan di jual, karena hewan dan peralatan yang ditawarkan dari produsen ke konsumen, dalam penawaran ini konsumen sebagai objek yang harus diperhatikan. Setiap hewan dan peralatan yang di tawarkan harus sehat, bermanfaat bagi pemelihara hewan dan berfungsi buat hewan tersebut agar bisa memuaskan pelanggan agar pelanggan tidak mudah berpaling ke toko lain.

Hamster tergolong sebagai hewan pengarat dan pemakan segalanya, apapun yang bisa dia makan maka akan dimakan. Jika kelaparan hamster yang memiliki anakpun bisa jadi anaknya yang akan di makan untuk kelangsungan hidupnya. Jika memelihara hamster usahakan untuk membiasakan hamster anda untuk memberikan jenis-jenis makanan yang bersifat kering seperti biji-bijian ataupun pelet khusus untuk hamster. Pada Toko Julak Hamster Banjarmasin harga yang ditawarkan sangatlah penting bagi konsumen, karena ada sebagian konsumen yang tidak sependapat dengan harga yang sudah ditetapkan oleh pemilik usaha sehingga terjadi tawar menawar sedangkan tawar menawar tidak berlaku pada Toko Julak Hamster Banjarmasin, harga ini sudah ditetapkan oleh pemilik usaha. Toko Julak Hamster Banjarmasin dalam penjualan sehari-hari memiliki omset yang ditetapkan dan omset yang ditetapkan harus bisa dicapai oleh toko julak hamster Banjarmasin.

Adapun data penjualan pada Toko Julak Hamster Banjarmasin selama 3 tahun dari tahun 2018 sampai dengan 2020 dengan data dapat dilihat tahun berapa yang mencapai omset toko dan hasil penjualan yang paling tinggi. Pada tahun 2018, hasil penjualan toko julak hamster Banjarmasin mengalami kenaikan sebesar 109,30 % dan pada tahun tahun 2019 sebesar 108,59 % dan tahun 2020 sebesar 110, 13 % apabila dibandingkan dengan omset yang ditetapkan oleh toko. Pada tahun 2018, hasil penjualan Toko Julak Hamster Banjarmasin mencapai penjualan berjumlah Rp. 66.343.410, dan pada tahun 2019 penjualan hamster berjumlah Rp. 71.673.280, sedangkan pada tahun 2020 penjualan hamster berjumlah Rp. 77.852.520, sehingga penjualan hamster dari tahun 2018 ketahun 2019 mengalami peningkatan sebesar 7,43 % dan dari tahun 2019 ke tahun 2020 mengalami peningkatan sebesar 7,93 %.

Tabel 1
Hasil Penjualan dan Omset

Tahun	Hasil Penjualan	Omset yang Dicapai
2018	66.343.410	109.30%.
2019	71.673.280	108.60%.
2020	77.852.520	110.13%.

Sumber: Toko Julak Hamster Banjarmasin 2018 s/d 2020

Namun untuk mempertahankan peningkatan dalam penjualan diperlukan kebijakan-kebijakan tertekan dalam harga agar usaha dapat mengalami peningkatan penjualan yang lebih baik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini terjun langsung kelapangan untuk melakukan penelitian guna memperoleh data-data proses transaksi penjualan, cara-cara meningkatkan penjualan dengan menetapkan kebijakan harga, dan pembukuan serta pelaporan. Di bantu oleh buku-buku panduan yang berkaitan dengan manajemen pemasaran, sistem informasi manajemen, studi kelayakan proyek dan akuntansi biaya.

Pada Pengumpulan data dengan menggunakan Observasi dan Interview dan serta mengumpulkan data-data penjualan pada toko Julak Hamster Banjarmasin setiap tahun selama 3 tahun dari tahun 2018 sampai tahun 2020. Dari data tersebut penulisan dapat menyimpulkan bahwa penjualan hamster dan peralatan pada toko Julak Hamster Banjarmasin setiap tahunnya mengalami peningkatan, karena adanya kebijakan-kebijakan harga yang ditetapkan pemilik toko.

PEMBAHASAN

Menurut wawancara terhadap pemilik (owner) dilakukan untuk mengetahui strategi pemasaran apa saja yang dilakukan oleh pihak toko dalam upaya meningkatkan penjualan, adapun hasilnya adalah strategi pemasaran yang dilakukan oleh Toko Julak Hamster Banjarmasin memang belum mencakup pada unsur-unsur marketing mix seperti yang ditetapkan oleh pelaku usaha lain yang mempunyai situasi dan kondisi yang berbeda. Penelitian yang dilakukan telah melihat bahwa selama ini pihak Julak Hamster berusaha melakukan strategi pemasaran sebagai berikut:

1) Menetapkan Jenis Produk

Pada bagian penelitian terdahulu disebutkan bahwa Toko Julak Hamster Banjarmasin merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang penjualan hewan hamster, makanan, serta fasilitas hewan hamster, baik itu berupa hewan hamster dengan berbagai jenis, makanan, obat-obatan, kandang, aksesoris dan fasilitas-fasilitas lainnya yang berkaitan dengan hewan peliharaan hamster tersebut. Dengan memberikan spesifikasi produk, secara langsung maupun tidak langsung. Toko Julak Hamster sudah menetapkan pula strategi pemasaran yang membedakan pasar, dimana pihak toko hanya melayani kebutuhan beberapa kelompok konsumen tertentu dengan jenis produk tertentu saja.

Strategi pemasaran yang membedakan pasar yang dilakukan oleh toko juga mengarah dengan kegiatan pemasaran dan sumber daya, toko juga menjadi lebih efektif dan efisien, karena sumber daya yang ada meskipun terbatas dapat digunakan secara optimal untuk memenuhi kebutuhan pasar.

Selain itu dengan menetapkan jenis produk yang dijual, pihak toko Julak Hamster menetapkan jumlah pengambilan barang yang sesuai dengan segmen penjualan yang dilakukan sehingga produk yang dijual mencapai target penjualan karena penentuan pengambilan atau pemilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

2) Menetapkan Harga Jual

Harga secara umum dapat didefinisikan sebagai jumlah yang diperlukan untuk mendapatkan jumlah komunikasi dari produk setelah melakukan spesifikasi produk dan membatasi jumlah dan harus memperhatikan unsur lain dari marketing mix, yaitu harga ideal dan kualitas barang yang dijual. Harga barang yang dijual oleh Toko Julak Hamster Banjarmasin berdasarkan kebijakan dari owner dari pimpinan dan juga menyesuaikan dengan harga dan perkembangan pasar. Adapun pendapatan harga yang dilakukan oleh toko bukanlah pemasaran massal atau pemasaran besar-besaran sehingga biaya pemasaran menjadi pertimbangan utama dalam menetapkan harga jual.

3) Menetapkan Strategi Promosi

Sebagai alat pemberi dalam penyampaian dari toko kepada masyarakat luas mengenai produksi yang dijual, promosi mempunyai peranan penting dan variable-variabel yang disebut periklanan, personal selling, publisitas, dan promosi penjualan. Selama ini promosi yang dilakukan oleh Toko Julak Hamster Banjarmasin adalah melalui personal selling dan promosi penjualan yang dilakukan oleh para karyawan terhadap konsumen yang datang ke toko. Promosi penjualan dan personal selling yang dilakukan oleh pihak Toko Julak Hamster Banjarmasin masih dalam taraf yang sederhana.

Ada juga cara untuk meningkatkan penjualan pada Toko Julak Hamster Banjarmasin:

(1) Fokus Pada Kualitas Produk.

memastikan kualitas produk selalu terjaga, penting juga bagi pemilik usaha untuk memahami nilai produk yang dijual. Dengan begitu, pelanggan akan lebih percaya pada kualitas yang kita jual dan tidak ragu untuk membeli. Hal ini lah yang akan dengan mudah meningkatkan omset penjualan di toko *online* maupun *offline* yang anda punya.

(2) Buat Pelanggan Bahagia.

menciptakan suasana yang nyaman bagi pelanggan, pemilik usaha juga harus menciptakan suasana kerja yang nyaman untuk karyawan yang bekerja di toko. Saat karyawan bekerja dengan senang hati, maka pelayanan yang diberikan juga akan semakin baik dan dapat membantu meningkatkan penjualan dibisnis yang anda punya.

(3) Berikan Promo Yang Menarik Dalam Waktu Terbatas.

bisa menawarkan barang gratis dengan pembelian produk tertentu. Cobalah berpikir kreatif dengan menggunakan taktik yang berbeda dan lihat manakah taktik yang berhasil meningkatkan penjualan untuk bisnis anda dan mana yang tidak.

(4) Tingkatkan Jumlah Pesanan.

Kegiatan *Upselling* bisa dilakukan dengan menawarkan produk yang dibeli. Dengan begitu, pelanggan yang memang sudah berencana akan membeli produk akan mempertimbangkan penawaran yang diberikan.

Agar tidak mengganggu kenyamanan pelanggan kegiatan upselling harus dilakukan dengan ramah, persuasif, namun tanpa memaksa. Selain dapat meningkatkan penjualan, kegiatan upselling ini juga bisa membantu anda mengetahui minat yang dimiliki oleh pembeli. Dengan begitu, anda bisa mengatur strategi baru untuk penjualan di toko yang lebih baik.

Berikut adalah tabel data penjualan toko julak hamster Banjarmasin pada tahun 2018 dari bulan Januari sampai Desember.

Tabel 2.

Data Penjualan Toko Julak Hamster Banjarmasin Tahun 2018.

Bulan	Omset	Hasil Penjualan	Persentase Penjualan
Januari	5,650,000	8,256,990	146.14%
Februari	4,800,000	5,084,650	105.93%
Maret	4,950,000	4,978,640	100.58%
April	4,800,000	4,632,810	96.52%
Mei	4,950,000	5,193,360	104.92%
Juni	5,200,000	5,687,290	109.37%
Juli	5,350,000	5,350,660	100.01%
Agustus	4,800,000	5,428,130	113.09%
September	4,950,000	4,797,980	96.93%
Oktober	4,800,000	4,823,170	100.48%
November	4,950,000	5,023,610	101.49%
Desember	5,500,000	7,086,120	128.84%
Jumlah	60,700,000	66,343,410	109.30%

Sumber : Toko Julak Hamster Banjarmasin

Pada tahun 2018 Toko Julak Hamster Banjarmasin mencapai hasil penjualan Rp.66.343.410 sehingga omset yang dicapai sebesar 109.30%.

Berikut adalah tabel data penjualan toko julak hamster Banjarmasin pada tahun 2019 dari bulan Januari sampai dengan Desember.

Tabel 3.

Data Penjualan Toko Julak Hamster Banjarmasin 2019.

Bulan	Omset	Hasil Penjualan	Persentase Penjualan
Januari	6,150,000	7,428,100	120.78%
Februari	4,800,000	5,063,280	105.49%
Maret	5,350,000	5,189,230	96.99%
April	5,100,000	5,113,670	100.27%
Mei	5,350,000	4,986,110	93.20%
Juni	5,800,000	6,433,690	110.93%
Juli	5,850,000	6,254,870	106.92%
Agustus	5,400,000	5,293,720	98.03%
September	5,100,000	5,603,490	109.87%
Oktober	5,300,000	5,521,760	104.18%
November	5,500,000	5,839,210	106.17%
Desember	6,300,000	8,946,150	142.00%
Jumlah	66,000,000	71,673,280	108.60%

Sumber : Toko Julak Hamster Banjarmasin

Pada tahun 2019 toko julak hamster Banjarmasin mencapai hasil penjualan Rp.71.673.280 sehingga omset yang dicapai sebesar 108.60%.

Berikut adalah tabel data penjualan toko julak hamster Banjarmasin pada tahun 2020 dari bulan januari sampai desember.

Tabel 4.
Data Penjualan Toko Julak Hamster Banjarmasin 2020.

Bulan	Omset	Hasil Penjualan	Persentase Penjualan
Januari	5,690,000	6,842,930	120.26%
Februari	5,320,000	5,720,890	107.54%
Maret	5,630,000	6,071,390	107.84%
April	5,490,000	5,623,320	102.43%
Mei	5,690,000	5,897,280	103.64%
Juni	6,160,000	8,428,180	136.82%
Juli	6,190,000	6,402,970	103.44%
Agustus	5,630,000	5,649,360	100.34%
September	5,520,000	4,921,290	89.15%
Oktober	5,660,000	6,113,420	108.01%
November	8,050,000	10,348,670	128.55%
Desember	5,660,000	5,832,820	103.05%
Jumlah	70,690,000	77,852,520	110.13%

Sumber : Toko Julak Hamster Banjarmasin

Pada tahun 2020 toko julak hamster Banjarmasin mencapai hasil penjualan Rp. 77.852.520 sehingga omset yang dicapai sebesar 110.13%.

Berikut tabel data perbandingan penjualan selama 3 tahun dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2020.

Tabel 5.
Data Perbandingan Penjualan Selama 3 Tahun

Tahun	Hasil Penjualan	Omset yang Dicapai
2018	66.343.410	109.30%.
2019	71.673.280	108.60%.
2020	77.852.520	110.13%.

Sumber: Toko Julak Hamster Banjarmasin 2018 s/d 2020.

Dari tabel di atas dapat dilihat perbandingan antara tahun 2018 sampai 2020 pada Toko Julak Hamster Banjarmasin. Toko Julak Hamster Banjarmasin walaupun yang dijual selama 3 tahun sama tetapi hasil penjualan semakin meningkat karena peminat yang memelihara hamster makin banyak apa lagi Toko Julak Hamster Banjarmasin melayani pelanggannya dengan ramah dan sopan dalam semua karyawan.

Dengan perkembangan agri bisnis Toko Julak Hamster Banjarmasin tampaknya belum mampu untuk menerapkan secara baik. Artinya Toko Julak Hamster Banjarmasin juga memiliki permasalahan dalam bisnis yang dijalankan. Melalui talaah yang diteliti adapun permasalahan yang

berkaitan dengan Toko Julak Hamster Banjarmasin seperti : (i) Peningkatan penjualan hamster dan mencapai omset, (ii) Kebijakan dalam menetapkan harga, (iii) Hambatan-hambatan pada penjualan.

A. Peningkatan penjualan Hamster dan mencapai omset pada Toko Julak Hamster Banjarmasin

Dari hasil wawancara dengan pemilik (owner) peningkatan penjualan dan mencapai omset pada Toko Julak Hamster Banjarmasin harus punya strategi yaitu:

1) Memperluas Daerah Penjualan.

Penjualan yang dilakukan pada Toko Julak Hamster Banjarmasin bukan hanya di Banjarmasin saja walaupun hanya sedikit pesaingnya yang berjualan hamster di Banjarmasin namun demi meningkatkan penjualan pada omset yang ditetapkan Julak Hamster maka harus membuka di kota-kota disekitar Banjarmasin seperti (Banjarbaru, Matapura, Amuntai, dan Tapin) wilayah tersebut sudah dilakukan riset kemungkinan besar pesaingnya sedikit dan harga disana lebih tinggi sehingga penjualan lebih cepat dalam mencapai omset yang ditetapkan oleh pemilik Toko Julak Hamster.

2) Meningkatkan Kualitas Produk.

Dalam perdagangan hewan Toko Julak Hamster Banjarmasin yang sering dibeli pelanggan adalah hamster dan pakan, sehingga hamster yang dijual diberikan garansi sebagai jaminan hamster sehat bukan hanya itu hamster yang dijual berbagai jenis dan motif-motif langka. Dan juga pakan dijual di toko Julak Hamster sebenarnya lebih mahal dari pada makanan pabrikan namun memiliki kualitas yang lebih baik, sehingga pelanggan terus berminat untuk membeli pakan tersebut.

3) Menjaga Kesetiaan Pelanggan.

Pelanggan yang sering melakukan pembelian selalu diberi bonus atau potongan harga ada juga seperti memberikan pelayanan yang ramah dan memberikan edukasi sesuai keperluan pelanggan.

4) Testimoni.

Setiap produk dari Toko Julak Hamster Banjarmasin dilakukan penjualan secara rinci sehingga pelanggan merasa puas atau tidak kecewa terhadap produk yang sudah dibeli pelanggan. Pada dasarnya Toko Julak Hamster melakukan testimoni melalui orang-orang terdekat pembeli sehingga pesan yang ingin disampaikan oleh Toko Julak Hamster bisa menyebar luas.

5) Diskon.

Diskon yang diberikan Toko Julak Hamster Banjarmasin kepada pelanggan biasanya barang-barang yang jarang laku bakal diberikan diskon, barang yang dibuat sendiri, pelanggan tetap dan juga pelanggan melakukan pembelian diatas Rp. 500.000 bakal dikasih diskon oleh Toko Julak Hamster 5% sampai 10%.

B. Kebijakan Dalam Menetapkan Harga Terhadap Toko Julak Hamster Banjarmasin

Dari hasil wawancara dengan pemilik toko (owner) penetapan harga itu penting dalam menjalankan bisnis jual beli. Harga juga memegang peranan penting dalam terjadinya kesepakatan jual beli dari produsen ke konsumen. Maka dari itu perusahaan mengadakan penetapan harga yang disepakati sebelum barang beredar di pasar.

Harga jual ditentukan dari modal yang di dapat ditambah biaya tenaga karyawan serta biaya peralatan produksi maupun ongkos kirim. Misalkan menentukan harga Hamster dengan Rp. 15.000 + biaya karyawan + produksi dan keuntungan 20%, maka di dapatkan harga jual. Missal modal

Hamster Rp. 15.000 + biaya karyawan Rp. 2.000 satu ekor + Biaya produksi Rp. 3.000 = Rp. 20.000 ditambah keuntungan Rp. 5.000 maka harga yang di dapat adalah Rp. 25.000.

Hal-hal yang memungkinkan harga Hamster naik ialah:

1) Lama Produksi Hamster.

Misalkan Hamster Syrian dapat melahirkan pada usia 5 sampai 6 bulan dan masa kehamilan 16 sampai 18 hari namun memiliki jumlah anak yang banyak, tetapi harga jualnya tidak terlalu mahal, berbeda dengan Roborovski yang siap produksi usia 1 tahun baru bisa di kawinkan dan masa kehamilan 24 sampai 28 hari, serta jarangnyanya orang yang punya membuat harga Roborovski mahal.

2) Motif yang Langka

Hamster memiliki motif berbagai macam dan juga memiliki motif yang langka dan sulit didapat serta jarang ditemukan di toko-toko hamster karena harga motif yang langka bisa naik 2 sampai 10 kali lipat.

C. Hambatan-hambatan Penjualan Toko Julak Hamster Banjarmasin

Dari hasil wawancara dengan pemilik toko (owner) hambatan-hambatan penjualan yang sering terjadi pada Toko Julak Hamster Banjarmasin yaitu:

1) Cuaca Panas

Karena cuaca panas pada hamster menyebabkan hamster mati, karena hamster suka dengan cuaca dingin. Julak Hamster juga memperhatikan hewan yang dijual nya jauh dari sinar matahari karena hamster sangat peka terhadap panas dan mudah merasa kepanasan. Julak hamster juga memberikan kipas angin terhadap hewan hamster tersebut agar hamster tidak merasa kepanasan agar tidak cepat mati. Dan jangan mengarahkan kipas angin secara langsung kepada hamster karena dapat membuat hamster stress atau justru kedingin karena hamster merasa paling nyaman dalam lingkungan bersuhu udara 18-24°C.

2) Harga Pakan yang Meningkatkan.

Harga pakan hamster meningkat karena adanya Covid-19 karena sulit nya mencari pakan hamster mengakibatkan harga pakan hamster naik yang dulu harga pakan 25.000 1kg sekarang 35.000 1kg.

3) Adanya Persaingan Dari Peternak Lain.

Adanya persaingan pada Toko Julak Hamster yang menawarkan produk yang dijual dengan pelanggan dan harga relatif sama itu menyebabkan pendapatan Julak Hamster bisa menurun karena adanya pesaing yang menjual jenis produk yang sama. Maka dari itu Toko Julak Hamster Banjarmasin membangun ide supaya pelanggan bisa tertarik dengan produk yang dijual Julak Hamster dan menjadi suatu kelebihan.

4) Target Pasar yang Melebar.

Julak Hamster pernah mengalami target pasar yang terlalu lebar, produk yang dijual Julak Hamster menyebabkan tidak laku karena tidak fokus dalam penjualan. Karena fokus tersebut akan terpecah ke semua masyarakat dalam memasarkan produk. Setelah mengalami target pasar yang melebar julak hamster membuat target pasar prioritas agar strategi pemasaran yang Julak Hamster lakukan fokus dan tepat sasaran.

5) Kurangnya Jumlah Pemasok.

Dalam produk yang sudah laku pada Toko Julak Hamster Banjarmasin pastikan akan berdampak pada kekurangan pemasok. Karena kualitas produk Julak Hamster menurun akibat bergantinya pemasok dengan kualitas rendah akibat lonjakan penjualan yang laku keras.

PENUTUP

- 1) Toko Julak Hamster Banjarmasin adalah perusahaan yang bergerak di bidang usaha penjualan hewan hamster, pakan, obat-obatan, kandang, aksesoris dan fasilitas-fasilitas lainnya. Dalam rangka memperkenalkan produk pada konsumen atau pembeli pihak pengelola Toko Julak Hamster Banjarmasin cukup memperhatikan masalah promosi dilihat dari produk yang dipasarkan adalah barang umum, proses pengenalan yang lebih sederhana terhadap produk yang bersangkutan, promosi dalam Toko Julak Hamster Banjarmasin sangat penting dalam meningkatkan penjual.
- 2) Strategi harga yang dilakukan oleh Toko Julak Hamster Banjarmasin juga sudah cukup baik yaitu diskon yang diberikan kepada pelanggan biasanya barang-barang yang jarang laku, barang yang dibuat sendiri, pelanggan tetap dan juga pelanggan melakukan pembelian diatas Rp. 500.000 bakal dikasih diskon oleh Toko Julak Hamster 5% sampai 10% Maka dari itu konsumen bakal tertatik membeli kembali.
- 3) Mendekatkan diri kepada konsumen dengan selalu menawarkan produk yang lebih berkualitas dan harga yang bersahabat sehingga dapat diterima oleh masyarakat pada umumnya.
- 4) Dengan semakin ketatnya persaingan dengan perusahaan yang sama membuat Toko Julak Hamster Banjarmasin terus berupaya untuk meningkatkan penjualan barang agar mampu bersaing dengan cara melakukan strategi-strategi pemasaran mulai dari penetapan harga produk yang tidak terlalu tinggi, melakukan kegiatan promosi dan meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi.
- 5) Demi kelangsungan masa depan Toko Julak Hamster Banjarmasin berupaya melaksanakan strategi promosi yang ditetapkan dengan sebaik-baiknya dalam kebijakan harga dalam meningkatkan penjualan.
- 6) Toko Julak Hamster Banjarmasin juga memperhatikan mutu dan kualitas barang yang akan dijual. Hal ini agar para konsumen dan pelanggan tetap merasa lebih puas akan pelayanan yang diberikan dalam membeli hewan hamster dan keperluan hewan hamster di Toko Julak Hamster Banjarmasin.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rosyid. (2010). *Pengertian Volume Penjualan*. Jurnal Analisis Laporan Keuangan.
- Abdullah Thamrin, Francis Tantri. (2016). *Manajemen Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Agustino Leo, (2008). *Dasar –Dasar Kebijakan Publik*, Alfabeta, Bandung,
- Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Basu Swastha Dharmmesta. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPFE: Yogyakarta.
- Buchari Alma, (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Kesembelian, Alfabeth, Bandung.
- Donni Junni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Effendi Pakpahan, (2010). *Volume Penjualan*. Jakarta : PT. Bina Initama Sejahtera.
- Hery. (2011). *Teori Akuntansi*. Cetakan 2. Jakarta : Kencana.
- Kotler dan Keller, (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.

- Leny Sulistiyowati. (2010). *Panduan Praktis Memahami Analisis Laporan Keuangan*. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Lilis Puspitawati dan Sri Dewi Anggadini. (2011). *Sistem Informasi Akuntansi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Moekijat, (2011). *Sistem Informasi Manajemen & Definisi Data*, Bandung Remaja Roskadarya.
- Mulyadi. (2013). *Sistem Akuntansi*, Edisi Ketiga, Cetakan Keempat, Salemba Empat, Jakarta.
- Samryn, L. M. (2014). *Pengantar Akuntansi*. Edisi IFRS. Jakarta: Rajawali Pers.
- Shimp, Terence A. (2010). *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion, 8e. South-Western*: Cengage Learning.
- Stanton, William J. (2012). *Prinsip pemasaran, alih bahasa* : Yohanes Lamarto Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Sunyoto, Danang. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Sunyoto, Danang. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan ke-2. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Winardi. (2011). *Motivasi Pemoivasian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.