

ANALISIS STRATEGI PRODUK DAN HARGA UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO NOPI PANCING KANDANGAN

ABSTRAK

Ervan¹, Aida Vitria², Aris Setia Noor³.

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 17.31.0973

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1123126801

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1118057001

Email : ervanms030516@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) Sejauhmana strategi pemasaran mengenai kualitas produk dan harga pada Toko Nopi Pancing Kandangan. (2) Faktor-faktor apasaja yang menjadi kendala untuk menetapkan strategi pemasaran pada Toko Nopi Pancing Kandangan. (3) Bagaimana sebaiknya untuk menetapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada Toko Nopi Pancing Kandangan.

Hasil penelitian menunjukkan (1) Strategi yang digunakan berjualan dilokasi toko langsung dan menggunakan media sosial menggunakan media WhatApp dan Facebook. (2) Melakukan pembenahan strategi untuk menangani suatu kendala yang muncul dalam pembelian alat pancing. (3) melakukan tatap muka langsung dan menggunakan media internet dengan memberikan layanan yang baik, kualitas produk dan harga serta memberikan diskon.

Kata Kunci : Analisis, Strategi, Produk, Harga.

ABSTRACT

This study aims to examine : (1) The the extent to which the marketing strategy regarding product quality and price at the Nopi Pncing Kandangan shop. (2) What are the factors that become obstacles to determining the marketing strategy at the Nopi Pancing Kandangan shop. (3) How best to set a marketing strategy to increase sales at the Nopi Pancing Kandangan Store.

This study uses a descriptif qualitative method by taking data analysis using Observation, Interviuew, and Decommentation.

The results of the study show (1) The strategy used is selling at the direct store location and using social media using WhatsApp and Facebook media. (2) Improving the strategy to deal with an obstacle that arises in the purchase of fishing rods. (3) Conduct face-to-face meetingand use internet media by providing good service, produk quality and price as well providing discounts.

Keywords : Analysis, Strategy, Product, Price.

PENDAHULUAN

Toko Nopi Pancing Kandangan adalah merupakan suatu toko yang menyediakan alat pancing tradisional dan juga modern. Selain menjual peralatan pancing yang diproduksi oleh pabrik langsung. Toko Nopi Pancing Kandangan juga menyelipkan beberapa olahan barang sendiri yang di jual secara langsung. Hal ini juga yang membuat alat pancing yang dijual memiliki dua jenis yaitu tradisional dan juga modern. Di Toko Nopi Pancing Kandangan ini menjual berbagai macam alat pancing seperti Umpan, Joran, Wadah, Kail, benang serta berbagai macam peralatan yang lain untuk para pemancing. Untuk memenuhi besarnya minat pemancing disini menyediakan berbagai macam alat pancing.

Kualitas produk dan harga yang murah adalah salah satu yang dimiliki Toko Nopi Pancing. Toko ini juga menggunakan strategi pemasaran yang tidak hanya dengan berjualan di tempat juga berjualan di seluruh wilayah lain dengan bantuan teknologi. Dengan menggunakan media teknologi seperti WhatsApp dan Facebook. Hal ini bisa membuat penjualan produk alat pancing menjadi lebih cepat terjual tidak hanya terpaku untuk pelanggan yang langsung ke toko. Toko Nopi Pancing pun menyediakan potongan harga untuk pembelian alat pancing, semakin banyak barang yang di beli semakin banyak juga potongan harga yang didapat oleh konsumen.

METODE PENELITIAN

Dalam analisis ini digunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Dengan teknik pengumpulan data yang bersumber dari data primer dan sekunder. Untuk metode pengumpulan data digunakan cara observasi, wawancara dan juga dekomendasi. Yang kemudian ditarik menjadi suatu kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam metode yang digunakan adalah analisis kualitatif yakni dengan cara mencari dan mengolah data yang bersumber dari hasil pengamatan lapangan, wawancara, dekomendasi dan lainnya sehingga dapat menghasilkan temuan penelitian.

Analisis data ini sendiri dapat dilakukan dengan cara mengorganisir data dalam sebuah kategori, melakukan sintesa, menjabarkan kedalam unit-unit, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang mana akan

dipelajari, kemudian membuat kesimpulannya yang mudah dipahami oleh setiap orang.

1. Hasil

Untuk hasil penelitian yang didapat dari Toko Nopi Pancing untuk penjualan alat pancing. Usaha yang dilakukan toko ini berbagai macam cara agar bisa biasa tetap berdiri. Dalam penelitian ini ada beberapa poin yang didapat.

Dalam hasil penelitian melalui metode pengumpulan data Observasi didapat kesimpulan sebagai berikut :

1) Operasional perusahaan

Dalam bidang operasional Toko Nopi Pancing memiliki karyawan yang berjumlah 9 orang yang memiliki fungsi kerja yang memiliki peran penting dalam berjalannya usaha penjualan toko pancing.

2) Pelayanan

Untuk pelayanan yang ada dalam Toko Nopi Pancing menggunakan pelayanan yang ekstra dengan memakai cara pelayanan yang ramah, baik, senyum sapa walaupun konsumen cuma bertanya tidak membeli alat pancing.

3) Penawaran Produk

Dalam hal penawaran produk Toko Nopi Pancing selain berjualan langsung di toko juga menggunakan media sosial seperti WhatsApp dan juga Facebook, dengan menggunakan foto alat pancing dengan media internet agar menjangkau pelanggan yang ada jauh dan malas untuk keluar dalam membeli peralatan pancing.

4) Penerimaan produk masuk

Dalam menyeleksi kualitas produk yang masuk diperlukan pemeriksaan dan pengecekan barang agar tidak ada barang masuk yang cacat

5) Pengiriman barang

Pengiriman barang dilakukan bagi konsumen yang membeli produk alat pancing melalui media sosial yang berada jauh dari toko.

2. Harga

Harga yang ditawarkan memiliki variasi tergantung alat pancing yang tersedia dari yang harga murah sampai yang mahal. Harga yang relatif murah lebih cenderung memiliki daya tarik yang sering dicari oleh para konsumen. Potongan harga pun sering diberikan kepada pembelian alat pancing yang banyak seperti membeli peralatan pancing yang lengkap.

Dalam metode pengumpulan data melalui wawancara dibagi 2 sesi yaitu dengan karyawan dan pelanggan Toko Nopi Pancing, hasil yang didapat dalam wawancara ini yaitu :

1) Karyawan Toko

Dalam bekerja di Toko Nopi Pancing karyawan mestinya sudah memiliki keterampilan yang sudah diberikan pemimpin Toko Nopi Pancing karena dalam hal ini mereka orang yang menjalankan usaha ini.

Dari hasil wawancara dengan karyawan mereka selalu menggunakan prosedur SOP yang sudah ada dan juga selalu memberikan inovasi kepada toko agar bertambahnya pelanggan yang membeli peralatan pancing untuk memancing. Juga menyediakan alat

pancing yang sedang dicari pemancing agar tidak terjadinya kekosongan stok barang ketika pelanggan ingin membelinya.

Selalu update dengan peralatan pancing yang sedang jadi incaran para pemancing karena semakin berkembangnya alat pancing karena mereka harus menyediakan alat pancing tersebut hal ini dimaksudkan supaya bisa membuat toko semakin ramai didatangi oleh para pelanggan. Agar hal ini terjadi mereka selalau melihat hal ini dari media YouTube maupun TV maupun media internet lainnya, Agar tidak tertinggal dengan perkembangan alat pancing yang ada dikalangan para pemancing.

2) Pelanggan

Pelanggan adalah orang yang sudah berlangganan membeli alat pancing di Toko Nopi Pancing. Mereka sudah merasakan bagaimana rasanya berbelanja pada Toko Nopi Pancing. Oleh karena itu mereka pun merasa puas dan selalu berkunjung untuk membeli alat pancing.

Hasil wawancara yang didapat dari para pelanggan sangat puas, karena dalam berbelanja mereka dapat memilih barang yang diinginkan sesuai selera mereka. Dengan harga yang bervariasi mereka dapat memilih sesuai kualitas dan kegunaan alat pancing yang diinginkan. Mereka juga bisa mendapatkan berbagai macam diskon berupa potongan harga untuk pembelian alat pancing hal ini menjadi kepuasan yang didapat oleh pelanggan agar tetap kembali berbelanja pada Toko Nopi Pancing.

Disaat pembelian alat pancing ketika bingung mereka pun mendapat penawaran suatu barang yang diinginkan, bahkan jika barang yang sudah didapat tetapi memiliki kualitas yg kurang sesuai dihati

pelanggan, mereka juga mendapat penawaran barang yang serupa tetapi memiliki fungsi yang sama dengan yang diinginkan oleh pelanggan. Hal ini pun menjadi salah satu hal yang menjadi pelanggan tidak sungkan dalam hal memilih barang yang diinginkan. Pelanggan pun dapat bertanya mengenai suatu produk alat pancing dan kegunaannya agar sesuai dengan keinginan mereka meskipun tidak membeli alat pancing.

Karena itu pelanggan puas berbelanja alat pancing dan loyal terhadap Toko Nopi Pancing. Hal ini menjadi yang membuat para pelanggan untuk kembali lagi membeli alat pancing.

PENUTUP

1. Toko Nopi Pancing Kandangan adalah suatu UMKM yang bergerak di bidang penjualan alat pancing tradisional dan modern.
2. Toko Nopi Pancing Kandangan berlokasi di Jalan D I Panjaitan No.68 Rt.1/Rw.1, Baluti, Kandangan, Kabupaten Hulu Sungai Selatan, Kalimantan selatan.
3. Kegiatan inovasi produk sudah berjalan dengan baik hal ini dapat di lihat dari penyediaan alat pancing yang tradisional dan modern yang lengkap.
4. Kegiatan inovasi proses belum berjalan baik karena kurangnya minat pembeli dapat menghambat proses pembuatan alat pancing.
5. Kegiatan inovasi pemasaran sudah berjalan dengan baik karena melakukan penjualan alat pancing dengan bertatap muka langsung dan memakai media sosial seperti WhatsApp dan Facebook.
6. Kinerja perusahaan dapat diukur dari indikator perkembangan modal, laba penjualan, dan pemasaran yang mendapat peningkatan dari waktu ke waktu.

7. Tantangan yang di hadapi Toko Nopi Pasncing Kandangan dalam menjualan alat pancing berupa saingan kompetitor lain mengenai produk dan harga penjualan alat pancing sehingga menjadi tolak ukur dalam penjualan alat pancing

DAFTAR PUSTAKA

Dimana Handika Wibowo, Zainul Arifin, Sunarti (2015). Jurnal administrasi bisnis.

Fiki Arianti (12Nov2019). Strategi Manajemen Pemasaran Tentang Konsumen Terpikat Bisnis Anda Maju Pesat.

Jurnal enteprenuer diulas blog jurnal by Mekari(2021). strategi pemasaran tepat.

Kompas.com Jumat 24 Januari 2020. buku dasar-dasar pemasaran, buku manajemen, dan buku pemasaran jasa editor Serafica Gischa. Harga : konsep, tujuan dan metode penetapannya.

Logique, November 9, 2020 by Feradhita NKD.

M Prawiro (2019). pengertian dan definisi suatu produk dan harga dalam pemasaran
Rendy wira juniarta (2014). metode observasi dan interview.

Marketing mix accurate, By ibnuismail Desember 3 rd, 2020 Categories: Bisnis & UMKM Tags:accurate, accurate online, apa itu produk, arti produk, bisnis definisi produk, pengertian produk , penjelasan produk, produk adalah, tips bisnis, tips usaha.

Patrick trusto jati wibowo (maret 2021). strategi pemasaran.

Satori & Komariyah (2014:200) Analisis Pemasaran dan bauran pemasaran.

Sugi priharto ; ags 2 rd 2020 2019. pengertian pemasaran, fungsi dan jenis pemasaran dalam bisnis.