

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA RAIHAN STUDIO DI MARTAPURA

ABSTRAK

Nor Aida¹, Dwi Wahyu Artiningsih², Akhmad Samhudi³

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 17.31.0597

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 1119056501

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 0006075901

Email : aidanor37@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan dan yang seharusnya dilakukan dalam upaya meningkatkan omzet pada Raihan Studio di Martapura khususnya bauran pemasaran yang diterapkan pada perusahaan ini.

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dalam metode penelitian kualitatif akan menggunakan prosedur penelitian yang akan menghasilkan data berupa deskriptif dari ucapan atau tulisan dan perilaku objek pada Raihan Studio. Penelitian kualitatif ini lebih menekankan pada data yang berupa kata atau gambar dan tidak menekankan pada angka, selain itu penelitian ini juga lebih menekankan pada proses dari produk terkait strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan omzet pada Raihan Studio.

Hasil penelitian analisis strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan omzet pada Raihan Studio dengan menerapkan bauran pemasaran dengan istilah 7P yaitu memberikan harga terjangkau dengan mengutamakan kualitas produk, pelayanan yang ramah dan sopan, promosi yang cukup menarik dengan memberikan potongan harga, promosi melalui media sosial yang mudah di akses semua orang, proses editing cepat, dan memberikan fasilitas parkir gratis.

Kata kunci : Strategi Pemasaran dan Omzet Penjualan

ABSTRACT

This study aims to find out how the marketing strategy is carried out and what must be done in an effort to increase turnover at Raihan Studio in Martapura, especially the marketing mix that is applied to this company.

The type of research used in this research is descriptive research with a qualitative approach. In qualitative research methods will use research procedures that will produce data in the form of spoken or written descriptions and behavior of objects in Raihan Studio. This research is more on data in the form of words or pictures and not on numbers, besides that this research is also more on the process of related product strategies in increasing turnover at Raihan Studio.

The results of marketing strategy research in an effort to increase turnover at Raihan Studio by implementing a marketing mix with the term 7P, namely providing affordable prices by prioritizing product quality, friendly and courteous service, attractive promotions by providing discounts, promotions through social media which is easy for everyone to access, fast editing process, and provides free parking facilities.

Keywords: Marketing Strategy and Sales Turnover

PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan agar barang dan jasa yang diproduksi dapat sampai ditangan konsumen. Dalam keadaan seperti ini maka setiap perusahaan harus jeli dalam melihat situasi dan keadaan perekonomian saat ini sehingga perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya. Saat ini peranan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin lama semakin maju dan canggih merupakan suatu tantangan bagi perusahaan untuk lebih mengembangkan usahanya. Persaingan yang dihadapi oleh suatu perusahaan juga semakin ketat, sehingga pengusaha harus memiliki perencanaan proses marketing secara matang dengan menggunakan strategi pemasaran yang tepat.

Di Martapura sendiri banyak berdiri perusahaan yang bergerak dibidang industri foto studio sehingga menyebabkan persaingan semakin ketat dan mengharuskan para pengusaha studio foto untuk memberikan hasil yang terbaik dan berkualitas terhadap konsumen agar persepsi konsumen baik. Strategi pemasaran yang baik akan membuat usahanya tetap berkembang dengan tujuan agar seorang konsumen menjadi pelanggan yang setia dan loyal terhadap perusahaan tersebut. Apabila suatu perusahaan berhasil dalam usaha membuat persepsi konsumen baik terhadap perusahaan tersebut maka perusahaan tersebut mendapatkan nilai tambah dari konsumen melalui pembicaraan dari mulut ke mulut.

Untuk mendapatkan persepsi yang baik dari konsumen maka selain mutu jasa yang dihasilkan, mutu dan kualitas pelayanan juga harus diperhatikan bahkan harus lebih ditingkatkan lagi. Raihan Studio merupakan spesialis foto pernikahan yang ditangani secara profesional oleh tim fotografer yang handal dan berpengalaman. Sehingga tidak diragukan lagi banyak konsumen yang mempercayakan momen bahagia mereka kepada Raihan Studio. Namun tidak hanya foto pernikahan saja melainkan ada berbagai macam yang ditawarkan oleh Raihan Studio seperti pas foto, foto wisuda, foto ulang tahun, foto pertunangan dan sebagainya.

Kebanyakan pelaku usaha berharap agar perusahaan mengalami peningkatan omzet dibandingkan para pesaingnya. Harapan tersebut tidak akan menjadi kenyataan apabila pelaku usaha tidak bertindak dengan jeli dan konsisten dalam memecahkan persoalan strategi pemasaran yang harus diterapkan agar omzet dapat ditingkatkan dengan baik. Berdasarkan penjabaran tersebut menjadikan dasar pertimbangan penulis untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh pimpinan pada Raihan Studio dalam meningkatkan omzet penjualan, dengan demikian penulis tertarik untuk menyusun skripsi dengan judul: "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA RAIHAN STUDIO DI MARTAPURA"

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah suatu langkah untuk mengumpulkan informasi atau data, baik berupa primer atau sekunder dan melakukan investigasi pada data yang didapatkan untuk keperluan menyusun suatu karya ilmiah. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dalam metode penelitian kualitatif akan menggunakan prosedur penelitian yang akan menghasilkan data berupa deskriptif dari ucapan atau tulisan dan perilaku objek. Peneliti kualitatif lebih menekankan pada data yang berupa kata atau gambar dan tidak menekankan pada angka, selain itu peneliti akan lebih menekankan pada proses dari produk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian lapangan, maka analisis bauran strategi pemasaran dan analisis upaya meningkatkan omzet pada Raihan Studio yaitu:

1. Analisis Strategi Pemasaran

Dalam strategi pemasaran yang diterapkan Raihan Studio yaitu dengan menggunakan tahapan bauran pemasaran atau *Marketing Mix* dengan istilah 7P yaitu *product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process*. Adapun penjelasan atau uraiannya yaitu sebagai berikut:

1) *Product* (Produk)

Raihan Studio dalam memasarkan produknya benar-benar selektif, ada beberapa produk yang ditawarkan oleh Raihan Studio seperti produk inti yaitu memecahkan masalah yang ingin dicari oleh konsumen ketika ingin membeli produk atau jasa. Produk inti dari Raihan Studio ini adalah dengan mengadakan dokumentasi untuk mengabadikan momen penting konsumen.

Adapun produk *actual* yang diberikan Raihan Studio yaitu memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen atau kualitas cetak dengan hasil editing yang terbaik. Sehingga mampu memberikan kesan dan kepuasan terhadap konsumen serta dapat meningkatkan kepercayaan dari konsumen bahwa pelayanan dan kualitas dari Raihan Studio benar benar bagus.

2) *Price* (Harga)

Dalam menetapkan harga, Raihan Studio mengambil strategi pemasaran dengan cara membandingkan atau melihat harga yang ditawarkan dari studio lain terlebih dahulu. Kemudian Raihan Studio menentukan harga yang terjangkau dan cocok untuk konsumen mereka dan untuk sekitaran wilayah Martapura.

Sehingga harga yang ditetapkan oleh Raihan Studio dengan kualitas yang terbaik dan tidak melebihi dari harga yang ada pada studio lain. Penentuan harga yang terjangkau dengan kualitas terbaik pada Raihan Studio akan dapat menarik minat konsumen untuk memakai produk dan jasa yang ditawarkan Raihan Studio.

3) *Place* (Tempat)

Tempat atau lokasi Raihan Studio dengan luas bangunan 5x12m yang ada di Jl.Sekumpul Kelurahan Tanjung Rema, tepat dipersimpangan jalan jembatan irigasi dan merupakan jalan yang dilalu oleh umum sehingga dapat dengan mudah

ditemukan dan tergolong strategis. Pada lokasi ini juga belum banyak terdapat studio foto lain, sehingga Raihan Studio yang akan menjadi sasaran konsumen.

4) Promotion (Promosi)

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Raihan Studio untuk memasarkan produk dan jasanya selama ini yaitu sebagai berikut:

(1) Iklan

Raihan Studio dalam melakukan kegiatan iklan dengan cara melakukan pemasangan papan nama dan spanduk didepan studio serta memberikan kartu nama, untuk menginformasikan dan memperkenalkan sebuah produk ataupun jasa yang ditawarkan.

(2) Media Sosial

Dalam kegiatan promosi yang dilakukan oleh Raihan Studio pada media sosial instagram belum terlalu aktif, tetapi promosi yang dilakukan pada WhatsApp dengan selalu menampilkan hasil foto dan video yang dihasilkan oleh Raihan Studio pada *story* WhatsApp tergolong sangat aktif dan sangat sering. Sehingga konsumen mengetahui bagaimana kualitas dan hasil yang akhirnya dapat menimbulkan keinginan untuk menggunakan jasa pada Raihan Studio.

(3) Harga Diskon

Kegiatan promosi yang dilakukan dengan memberikan potongan harga atau diskon kepada konsumen yang sudah loyal dan terus menerus menggunakan jasa pada Raihan Studio. Hal ini kedepannya mampu manambah atau meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk ataupun jasa yang ada dengan harga yang ditawarkan oleh Raihan Studio.

5) People (Orang)

Pada Raihan Studio, kemampuan menggunakan komputer dan mengatur pengaturan pada kamera merupakan nilai yang harus dimiliki oleh karyawan, terutama bagian editor. Karyawan diharuskan memberikan pelayanan yang ramah dan terbaik kepada konsumen sehingga mereka merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Karyawan juga harus berpenampilan rapi dan agar enak dipandang.

6) *Physical Evidence* (Fasilitas Fisik)

Fasilitas fisik yang ada pada Raihan Studio dalam penataan ruangan memiliki cat tembok yang berwarna putih agar pencahayaan ruangan selalu terlihat cerah dan warna putih juga menambah efek luas pada studio. Penataan yang rapi dan kebersihan studio juga selalu dilakukan pada Raihan Studio, karena kebersihan sangat mempengaruhi kenyamanan bagi konsumen. Di Raihan Studio juga dilengkapi dengan fasilitas kipas angin dan tempat parkir gratis yang mampu memberikan kenyamanan dan rasa aman kepada konsumen saat menunggu.

7) *Process* (Proses)

Dalam memproses keinginan konsumen dalam pengeditan ataupun pemotretan, karyawan pada Raihan Studio cukup handal dan cekatan sehingga konsumen tidak akan lama saat menunggu proses pemotretan dan hasilnya editing serta cetaknya.

2. Analisis Upaya Meningkatkan Omzet

Penunjang dalam upaya peningkatan omzet pada Raihan Studio ada beberapa hal antara lain yaitu:

- 1) Untuk masalah harga produk ataupun jasa yang diberikan oleh Raihan Studio tergolong sangat terjangkau dengan memberikan kualitas produk yang cukup baik dibanding dengan kualitas yang ada pada studio lain.
- 2) Kualitas pelayanan oleh Raihan Studio termasuk pelayanan yang cukup baik karena mengedepankan pelayanan secara langsung dengan ramah dan sopan.
- 3) Kegiatan promosi yang diberikan Raihan Studio juga cukup menarik dengan memberikan potongan harga kepada konsumen setianya, maupun konsumen yang loyal.
- 4) Melakukan proses editing dengan cepat karena karyawan pada Raihan Studio yang sudah berpengalaman dan terlatih.
- 5) Cukup aktif dalam membagikan hasil foto dan video di media sosial WhatsApp.
- 6) Memberikan parkir gratis kepada konsumen.

PENUTUP

1. Staregi Pemasaran yang diterapkan Raihan Studio dalam upaya meningkatkan omzet yaitu dengan menerapkan bauran pemasaran atau *Marketing Mix* dengan istilah 7P yaitu *product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process*. Analisis strategi pemasaran yang diterapkan Raihan Studio dalam bauran pemasaran yaitu memberikan harga terjangkau dengan mengutamakan kualitas produk, pelayanan yang ramah dan sopan, promosi yang cukup menarik dengan memberikan potongan harga, promosi melalui media sosial yang mudah di akses semua orang, proses editing cepat, dan memberikan fasilitas parkir gratis.
2. Strategi pemasaran yang harus diterapkan dalam upaya meningkatkan omzet pada Raihan Studio yaitu lebih mengutamakan kualitas produk dan inovasi, melakukan promosi secara efektif pada media sosial, memperluas studio dan lahan parkir, menambahkan fasilitas lainnya seperti toilet, ruang ganti, pendingin ruangan, televisi, dan menyediakan makanan kecil serta minuman.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyyibni, A. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Upaya Meningkatkan Omzet Pada Aliv Studio Di Banjarbaru (Doctoral dissertation, universitas islam Kalimantan MAB).
- Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan, Volume 1, Nomor 2, hal 85-86.
- Chaniago (2002). *Strategi Memajukan Usaha Kecil dan Menengah*. Jakarta: Pustaka
- David, Fred R (2011) *Strategic Management*, Buku 1. Edisi 12 Jakarta.
- Dayle, Sudaryono (2016) *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.

- Dimas, H. W. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29 (1), 59-66.
- Farida, Y., Lamsah, P. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Febriyanti (2016) Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Jasa Studio Ribka Di Palembang.
- Heryati, L. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Omzet Penjualan Kauhah Pada CV.Asy Syifaa Martapura (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Indra, L. S., Ari, P., Hari, S. N. (2013) Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas, Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Star Clean Car Wash Semarang. *Diponegoro Journal Of Social And Politic*.
- Janah, R. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Perusahaan Roti Kiky Di Kandangan (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Khuriyati, T. (2013). Faktor-Faktor Penyebab Penurunan Omzet Penjualan Pada Industri Kerajinan Monel di Desa Kriyan Kabupaten Jepara. *Jurnal Teknologi Jasa dan Produksi*. Semarang.
- Nurul, A. (2021). Penerapan Strategi Bauran Pemasaran 7P Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Sambel Layah Arcawinangun. *Jurnal Ekonomi Syariah, Ekonomi dan Bisnis*.
- Ramadhanika, M. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Omzet Penjualan Di Rafa Baby & Kids Shop Banjarbaru (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Sinta (2010) Analisis Presepsi Konsumen Terhadap Arti Penting dan Kinerja Agatha Photo Di Kota Yogyakarta.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung. Alfabeta.
- Oktaviani, N. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Travel PT. Noor Thibah Kota Banjarbaru (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).