

**ANALISIS STRATEGI MARKETING DALAM MEMBANGUN BRAND
IMAGE PADA STUDIO FOTO DI KOTA BANJARBARU
(STUDI KASUS GALERIQUEO STUDIO FOTO)**

ABSTRAK

Megawati¹, Hairul², Teguh Wicaksono³

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al
Banjari Banjarmasin, 17.31.0634

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al
Banjari Banjarmasin, 195991031002

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al
Banjari Banjarmasin, 061510801

Email: megaawt04@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk menguji: (1) Strategi marketing yang di gunakan Galeriqueo Studio Foto untuk meningkatkan penjualan (2) Membangun brand image yang baik untuk meningkatkan penjualan Galeriqueo Studio Foto.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yaitu dengan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang diamati dan perilaku yang diamati dari fenomena yang terjadi di objek penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Galeriqueo Studio Foto menggunakan strategi pemasaran berupa 4P, yaitu: Produk, Price, Place dan Promotion. Dimana ke-4 (empat) hal tersebut sangat mempengaruhi tingkat penjualan. Produk yang berkualitas, harga yang terjangkau, tempat yang nyaman dan berfasilitas lengkap serta promosi yang dilakukan secara rutin, dengan penilaian positif dari konsumen membuat Galeriqueo Studio Foto mampu meningkatkan penjualannya dan mampu bersaing dengan studio foto lainnya. (2) Untuk membangun brand image atau citra merk yang baik, Galeriqueo Studio Foto menjadi salah satu studio foto syar'i yang ada di Kota Banjarbaru. Dimana konsumen di edukasi dalam beberapa hal positif. Brand image atau citra merk yang dibangun Galeriqueo Studio Foto juga sangat berpengaruh dalam penjualannya, dengan terbentuknya rasa nyaman dan percaya konsumen terhadap Galeriqueo Studio Foto, maka hal ini dapat mempertahankan konsumen untuk datang kembali dan melakukan pembelian ulang.

Kata kunci : *Strategi Marketing dan Brand Image*

ABSTRACT

Megawati, 2021, Marketing Strategy Analysis in Building Brand Image Against The Level of Sales of Photo Studio Services in Banjarbaru City (Galeriqoe Photo Studio), Supervisor I : Hairul, Supervisor II : Teguh Wicaksono

This research aims to test: (1) Marketing strategy used by Galeriqoe Photo Studio to increase sales (2) Build a good brand image to increase sales of Galeriqoe Photo Studio.

This study uses qualitative research by producing descriptive data in the form of written or spoken words from observed people and observed behaviors of phenomena that occur in research objects.

The results showed that (1) Galeriqoe Photo Studio uses marketing strategies in the form of 4P, namely: Products, Price, Place and Promotion. Where the 4 (four) things greatly affect the level of sales. Quality products, affordable prices, comfortable and fully equipped places and promotions conducted regularly, with positive ratings from consumers make Galeriqoe Photo Studio able to increase its sales and able to compete with other photo studios. (2) To build a good brand image or brand image, Galeriqoe Studio Foto becomes one of the syar'i photo studios in Banjarbaru City. Where consumers are educated in some positive ways. Brand image or brand image built Galeriqoe Studio Foto is also very influential in its sales, with the formation of a sense of comfort and consumer trust in Galeriqoe Photo Studio, then this can keep consumers to come back and make repurchases.

Keywords : *Marketing Strategy and Brand Image*

PENDAHULUAN

Dengan berkembangnya teknologi dari zaman ke zama, banyak orang menggunakan media digital untuk melakukan banyak hal, salah satunya untuk memajukan usahanya dibidang fotografi. Banyak orang menggunakan jasa ini untuk membantu mereka mengabadikan momen istimewa dalam hidup, namun tidak sedikit juga para perusahaan besar menggunakan jasa fotografi ini untuk mempromosikan produk mereka melalui media-media digital.

Karena kebutuhan yang sangat banyak dari masyarakat umum, saat ini

pengusaha dalam bidang fotografi sangatlah bertebaran luas di tiap daerah di Indonesia, mereka tidak saja menjalankan profesinya untuk hobi atau komunitas semata, tetapi mereka juga sangat serius menekuni usaha di bidang ini demi mendapatkan keuntungan yang menjanjikan,, dalam konteks ini berarti para pengusaha dibidang ini sangat bersaing agar usaha bidang jasanya laris keras, mereka menyadari bahwa untuk mendapatkan pelanggan mereka harus melakukan berbagai promosi.

Di bidang periklanan dan pemasaran ada banyak faktor yang dapat

mempengaruhi tingkat penjualan suatu produk. Untuk dapat memahami hal ini, pengusaha di bidang jasa gambar harus mampu memahami konsep strategi periklanan dan pemasaran yang dibuat untuk menjalankan bisnis mereka agar dapat bertahan, memiliki biaya, dan berdaya saing. dari pemasar penyedia dalam subjek mereka.

Secara luas, dalam perdagangan global, produk berkualitas tinggi dan biaya merupakan faktor yang sangat berpengaruh pada pemenuhan prestasi. Pengusaha dalam disiplin gambar juga perlu memperhatikan cara untuk mempertahankan produk yang benar menyenangkan dan biaya rendah untuk klien.

Pemasaran merupakan pendorong untuk meningkatkan penjualan sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai, dalam melaksanakan aktivitas pemasaran, setiap perusahaan berupaya untuk menetapkan strategi pemasaran dan target market-nya. Strategi pemasaran tersebut adalah strategi tentang bauran pemasaran (marketing mix). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, promosi dan tempat terhadap peningkatan volume penjualan pada perusahaan Galeriqoe Studio Foto. Manajemen Galeriqoe Studio Foto sebaiknya memberikan perhatian pada strategi promosi dan tempat untuk meningkatkan volume penjualan dan melakukan evaluasi terhadap strategi produk dan harga yang kurang memberikan kontribusi terhadap peningkatan volume penjualan agar keseluruhan strategi

pemasaran dapat memberikan kontribusi yang optimal. (Karim, 2014).

(Swasty, 2016) mengatakan bahwa menciptakan kesadaran merek berarti meningkatkan keakraban merek melalui paparan yang berulang, hal ini lebih efektif untuk pengakuan merek daripada mengingat merek. Penelitian dari (Swasty, 2016) menyebutkan bahwa Brand Awareness dan Brand Image berpengaruh dan signifikan terhadap Volume Penjualan baik secara parsial maupun simultan. Untuk meningkatkan Volume Penjualan, maka Galeriqoe Studio Foto disarankan untuk lebih menjaga citra merek salah satunya dengan menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang bersumber dari wawancara serta observasi dengan melakukan pengamatan secara langsung ke lokasi penelitian, menganalisis dari bahan-bahan yang sudah tertulis dan menggunakan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis, dalam melakukan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan Galeriqoe Studio Foto menggunakan strategi pemasaran Marketing Mix atau Bauran Pemasaran yang memiliki istilah 4P yaitu: Product, Price, Place dan Promotion.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Manajer Operasional Galeriqoe Studio Foto yaitu Bapak Muhammad Ma'mun, yaitu:

Dalam meningkatkan penjualan Galeriqoe Studio Foto produk, tempat, harga dan promosi sangat mempengaruhi penjualan. Oleh karena itu, Galeriqoe Studio Foto menggunakan strategi ini untuk meningkatkan penjualan.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa dalam mengembangkan perusahaan Galeriqoe Studio Foto menggunakan strategi Marketing Mix atau Bauran Pemasaran yang berkaitan dengan produk, harga, tempat dan promosi dalam perusahaan tersebut.

Dan upaya yang dilakukan Galeriqoe Studio Foto dalam membangun *Brand Image* atau Citra Merk yang baik, Galeriqoe Studio Foto melakukan pembangunan Citra Pembuat (Corporate Image), Citra Pemakai (User Image) dan Citra Produk (Product Image) yang dimana dengan membangun citra tersebut dapat mendorong tingkat penjualan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Manajer Operasional Galeriqoe Studio Foto yaitu Bapak Muhammad Ma'mun, yaitu:

Untuk membangun brand image atau citra merk yang baik maka perusahaan perlu membuat kepercayaan pelanggan dengan cara menyuguhkan produk yang baik, pelayanan yang memuaskan dan harga yang terjangkau.

Strategi Marketing yang dilakukan oleh Galeriqoe Studio Foto adalah sebagai berikut:

1. Produk (Product)

Produk merupakan suatu barang atau jasa yang dapat diperjual belikan. Didalam marketing, produk adalah apapun yang ditawarkan ke sebuah pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan.

Galeriqoe Studio Foto merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa fotografi dengan menawarkan jasa foto studio indoor/outdoor, cetak foto dengan berbagai ukuran, frame foto dan produk digital printing lainnya. Galeriqoe memiliki mesin cetak sendiri dengan dilengkapi bahan baku yang berkualitas. Karena itu Galeriqoe menjadi salah satu Studio Foto yang dikenal di Kota Banjarbaru dan menarik minat banyak konsumen. Galeriqoe Studio Foto menyediakan berbagai macam paket foto dari foto Single, Grup, Post-Wedding, Maternity, Baby Kiddie dan Keluarga, sehingga saat konsumen datang untuk membeli jasa studio foto, konsumen dapat menentukan sendiri paket apa yang dibutuhkan. Untuk cetak foto sendiri Galeriqoe menawarkan hasil cetak yang sangat baik, karena menggunakan bahan kertas dan tinta yang

berkualitas terbaik sehingga sangat berbeda dengan percetakan lainnya yang pada umumnya hanya menggunakan printer untuk cetak foto. Untuk produk lainnya Galeriqoe menawarkan pembuatan undangan, banner, artpaper dan lain-lain. Dengan memiliki tim desain terbaik, Galeriqoe dikenal sebagai pembuat digital printing dengan desain yang tidak pasaran dan bisa disesuaikan dengan keinginan konsumen sendiri.

2. Price

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayar oleh pengguna untuk mendapatkan sebuah produk. Dengan kata lain seseorang akan membeli barang kita jika pengorbanan yang dikeluarkan (uang dan waktu) sesuai dengan manfaat yang diperoleh dari produksi tersebut (Moenroe, 1990).

Galeriqoe Studio Foto merupakan penyedia jasa fotografi yang dikenal dengan harga terjangkau, dari jasa foto indoor/outdoor, jasa cetak foto, jasa digital printing hingga penjualan produk frame foto. Galeriqoe juga menawarkan diskon khusus untuk pelanggan setianya, bahkan Galeriqoe memberikan harga khusus untuk para amatir atau fotografer luar yang memerlukan jasa cetak foto. Sedangkan untuk jasa foto

studio indoor/outdoor Galeriqoe memiliki rate harga dari yang terendah-tertinggi dan bisa disesuaikan oleh konsumen sendiri ingin mengambil paket yang mana, dengan tersedianya berbagai macam paket memudahkan konsumen untuk melakukan pemilihan jasa foto studio indoor/outdoor. Selain jasa foto studio dan cetak, Galeriqoe juga menawarkan harga terjangkau untuk konsumen yang memerlukan jasa digital printing seperti undangan, banner, artpaper dll. Semakin banyak konsumen melakukan pembelian maka akan mendapatkan potongan harga sesuai banyaknya pembelian. Galeriqoe juga menawarkan frame foto dari ukuran terkecil hingga terbesar, bisa melakukan custom size sesuai keperluan, dengan menawarkan diskon frame 30% - 40% membuat frame foto dari Galeriqoe banyak diminati konsumen. Walaupun menawarkan harga yang terjangkau, untuk kualitas produk sendiri juga tidak diragukan lagi.

3. Place

Pemilihan tempat atau lokasi yang mudah dijangkau akan menjadi salah satu keunggulan bagi sebuah perusahaan karena memudahkan konsumen dalam membeli atau mencari jasa atau

barang yang ditawarkan produk tersebut. Galeriqoe Studio Foto sendiri bertempat dipinggir Jl A. Yani KM.31, sebuah lokasi yang sangat strategis karena berada dipinggiran jalan raya dan berada di antara tempat-tempat penting di kota Banjarbaru seperti Mako Brimob.

Galeriqoe juga memiliki bangunan 2 (dua) lantai, dimana lantai 1 (satu) merupakan tempat pelayanan, transaksi dan percetakan. Sedangkan lantai 2 (dua) merupakan studio foto yang cukup luas dan terdiri dari beberapa background pilihan. Fasilitas yang ditawarkan Galeriqoe juga cukup lengkap, halaman parkir yang cukup luas, ruangan ber-AC, TV pada ruang tunggu, buku untuk dibaca konsumen saat menunggu, cermin dan ruang ganti konsumen. Galeriqoe juga mengutamakan tata letak yang rapi, nyaman dan juga bersih.

Dengan menyediakan kenyamanan tempat akan menimbulkan loyalitas konsumen dan akan berdampak baik kepada perusahaan karena dapat mempertahankan pelanggan untuk terus kembali membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

4. Promotion

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau

menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi, produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Manajer Operasional Galeriqoe Studio Foto, menyebutkan:

Dalam melakukan sebuah promosi, Galeriqoe Studio Foto sangat gencar melakukan promosi pada media sosial seperti Instagram dan Facebook. Galeriqoe memanfaatkan kedua media sosial tersebut untuk beriklan dan promosi. Semakin sering iklan tersebut muncul dan menjangkau konsumen, maka tingkat penjualan juga akan semakin tinggi.

Selain memanfaatkan media sosial, Galeriqoe Studio Foto juga dipengaruhi oleh promosi lewat mulut ke mulut, yaitu pendapat konsumen yang pernah melakukan pembelian di Galeriqoe kepada konsumen yang belum melakukan pembelian atau berencana melakukan pembelian. Dengan adanya pendapat positif dari konsumen, sangat berpengaruh baik untuk kemajuan perusahaan. Begitu pula sebaliknya, jika yang didapat adalah pendapat negatif dari konsumen, maka akan

berpengaruh buruk bagi perusahaan.

Upaya Yang Dilakukan Galeriqoe Studio Foto dalam Membangun Brand Image Yang Baik

a. Citra Pembuat (Corporate Image)

Citra Pembuat adalah sebuah asosiasi yang dipersepsikan oleh pelanggan sebagai agen yang membuat suatu perusahaan jasa atau produk memiliki pengaruh besar pada pilihan belanja. Memiliki citra perusahaan yang sangat baik membantu orang membuat pilihan untuk bertransaksi di perusahaan. Karena mereka sudah percaya pada pengakuan yang sesuai, tentu orang tidak membeli begitu saja, tetapi mendapatkannya secara teratur. Dengan demikian indikator yang tercakup dalam foto pembuat meliputi: pengakuan, kredibilitas, komunitas perusahaan, dan pengguna itu sendiri. Dalam membangun Brand Image atau Citra Merk yang baik, Galeriqoe Studio Foto melakukan pembangunan Citra Pembuat (Corporate Image), Citra Pemakai (User Image) dan Citra Produk (Product Image) yang dimana dengan membangun citra tersebut dapat mendorong tingkat penjualan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Manajer Operasional Galeriqoe

Studio Foto yaitu Bapak Muhammad Ma'mun, yaitu: Untuk membangun brand image atau citra merk yang baik maka perusahaan perlu membuat kepercayaan pelanggan dengan cara menyuguhkan produk yang baik, pelayanan yang memuaskan dan harga yang terjangkau.

Galeriqoe Studio Foto juga menciptakan citra studio foto moeslim/syar'i, dimana sesi foto studio untuk pasangan non-halal atau belum menikah sudah tidak tersedia lagi dan untuk foto gandeng yang diperuntukkan syarat pernikahan juga dilakukan sendiri-sendiri dan akan digandengkan secara digital. Galeriqoe Studio Foto juga mewajibkan semua karyawan untuk sholat berjamaah di mesjid terdekat dan tidak melakukan pelayanan saat waktu sholat berlangsung. Citra seperti itu sudah terbangun dan dikenal oleh konsumen setia Galeriqoe, dilihat dari penilaian yang ada di google maps, banyak konsumen yang turut senang karena studio foto ini dibangun dengan citra yang bagus, baik dari segi pelayanan, penjualan maupun keagamaan. Dengan tidak adanya pelayanan foto couple non halal juga menjadi sebuah edukasi untuk konsumen bahwa akan lebih

baik jika sesi foto dilakukan setelah menikah, sehingga foto yang diambil pun lebih bisa dikreasikan secara bebas.

b. Citra Pemakai

Berdasarkan hasil wawancara dengan Manajer Operasional Galeriqoe Studio Foto yaitu Bapak Muhammad Ma'mun mengatakan:

Untuk konsumen Galeriqoe sendiri beranekaragam, karena Galeriqoe sendiri merupakan studio foto yang bisa dikunjungi siapa saja dan dengan status sosial apapun. Galeriqoe tidak hanya menargetkan ke satu kalangan sosial, tapi mencakup semua orang. Galeriqoe Studio Foto bisa dikunjungi oleh semua golongan usia, karena Galeriqoe sendiri melakukan pelayanan foto dari bayi yang baru lahir sampai ke foto keluarga. Kebanyakan konsumen Galeriqoe sendiri adalah mahasiswa dan keluarga, karena mahasiswa banyak memerlukan fasilitas studio foto untuk keperluan pendidikan maupun dokumentasi bersama teman-teman sebaya. Sedangkan untuk keluarga di setiap moment banyak keluarga yang ingin mendokumentasikan moment tersebut, bisa saat moment wisuda, lebaran, pelantikan, dll.

c. Citra Produk

Citra produk (product image), yaitu sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap suatu produk, yang meliputi atribut produk tersebut, manfaat bagi konsumen, penggunaannya, serta jaminan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Manajer Operasional Galeriqoe Studio Foto yaitu Bapak Muhammad Ma'mun mengatakan:

Produk yang ditawarkan Galeriqoe Studio Foto merupakan produk terbaik untuk bidang fotografi, dengan menggunakan mesin cetak fujifilm membuat Galeriqoe dikenal sebagai studio foto yang mampu mencetak foto secara instan, sehingga konsumen yang memerlukan cetakan dengan cepat akan memilih Galeriqoe sebagai solusinya. Dengan memiliki studio foto yang cukup luas, Galeriqoe mampu menampung kurang lebih 80 orang untuk foto studio bersama.

PENUTUP

Berdasarkan hasil dari analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Strategi Marketing Galeriqoe Studio Foto Dalam Meningkatkan Penjualan
Dalam membangun strategi marketing yang baik

untuk meningkatkan penjualan maka Galeriqoe Studio Foto menggunakan Bauran Pemasaran MIX 4P, yaitu: Product (Produk), dengan menyediakan dan menjual jasa/barang yang berkualitas dan memiliki keunggulan dibandingkan perusahaan lain. Price (Harga), menawarkan harga yang terjangkau dan memberikan promo serta diskon khusus untuk pelanggan setia Galeriqoe. Place (Tempat), menyediakan tempat pelayanan dengan fasilitas yang lengkap dan nyaman serta mudah dijangkau, dan Promotion (Promosi), rutin melakukan promosi diberbagai social media bias berupa iklan pada instagram atau facebook maupun menggunakan penilaian pada google maps. Dengan adanya keseimbangan antar 4 (empat) variabel tersebut maka akan terbentuk Strategi Marketing yang baik dan mampu meningkatkan penjualan sebuah perusahaan.

2. Galeriqoe Studio Foto Dalam Membangun Brand Image Yang Baik

Dalam membangun sebuah Brand Image atau Citra Merk yang baik, Galeriqoe Studio Foto menggunakan 3 indikator penting yang dapat membuat citra tersebut terbangun, yaitu: Citra Pembuat (Corporate Image), Citra Pemakai (User Image)

dan Citra Produk (Citra Product). Dengan terbentuknya ke-3 (tiga) indikator ini maka Brand Image atau Citra Merk yang baik akan terbentuk dalam sebuah perusahaan, karena ke-3 (tiga) indikator ini saling berhubungan dalam menjadikan perusahaan tersebut sebagai tempat yang nyaman, terpercaya dan membuat konsumen ingin kembali melakukan pembelian jasa maupun barang yang ditawarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2012). Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa, cetakan kelima edisi revisi, Penerbit: Alfabeta, Bandung.
- Assasuri, Sofjan. (2010). Manajemen Pemasaran. Rajawali Pers. Jakarta.
- Hasibuan, Malayu.S.P. (2013). Manajemen Dasar: pengertian dan masalah. Penerbit: Haji Masagung. Jakarta.
- Hurriyati. Ratih. (2010). Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen. ALFABETHA Bandung.
- Karim, D., Sepang, J.L., & Lumanauw, B. (2014). Marketing Mix pengaruhnya terhadap volume penjualan pada PT. Manado Sejati Perkasa Group. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi.

- Kotler Philip. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa. Indonesia. Jilid 1 dan 2. Erlangga. Jakarta.
- Kotler Philip. (2010). Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium, terjemahan Hendra.
- Kotler Philip. (2014). Manajemen Pemasaran. Prenhallindo. Jakarta.
- Madjid, B., & Syahputra, S. (2019). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Volume Penjualan Teh Sosro Bandung.
- Sofyan, A. (2013). Manajemen Bisnis Pemasaran. Penerbit: Grafindo. Jakarta.
- Sunarto. (2013). Prinsip-Prinsip pemasaran. Penerbit : AMUS, Yogyakarta.
- Swasta, & Irawan. (2010). Manajemen Pemasaran, Perilaku Konsumen. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Swastha, Basu. (2012). Manajemen Pemasaran Modern edisi 2. Penerbit Liberty Yogyakarta.
- Tjiptono Fandy. (2015). Brand Management & Strategy. Yogyakarta.
- Xian gou li. (2011). Corporate Product and User Image Dimensions and Purchase Intention. Journal Of Computersi.