



Plagiarism Checker X Originality Report

Similarity Found: 4%

Date: Wednesday, July 29, 2020

Statistics: 205 words Plagiarized / 4764 Total words

Remarks: Low Plagiarism Detected - Your Document needs Optional Improvement.

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJULAN PADA EXTREME CELLULAR 4 DI JALAN PINUS RAYA BANJARMASIN Khaidir Noer1 1Mahasiswa Fakultas Ekonomi Pembimbing 1 : Syahrani2, Pembimbing 2 : Abdul Kadir3 Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari

Email:khaidirnoer28@gmail.com/+6282255271146 ABSTRAK Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh strategi pemasaran yang dilakukan sekarang ini dan apa yang sebaiknya dilakukan dimasa mendatang dalam upaya meningkatkan penjualan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu dengan teknik pengumpulan data : Library research (tinjauan pustaka), field research (observasi langsung) dan analisis data.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang telah dilakukan, usaha ini mengalami penurunan penjualan yang disebabkan karena kurang optimalnya dalam hal pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan. Permasalahan yang dihadapi oleh Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus Raya Banjarmasin yaitu pada strategi distribusi yang masih belum tersedia dalam pengantaran produk ke konsumen dan kegiatan strategi promosi yang dilakukan masih belum maksimal dilakukan sehingga promo-promo yang tersedia masih banyak konsumen yang belum mengetahuinya.

Adapun saran dari penulis kepada usaha yang dilakukan ini sebaiknya dalam hal distribusi juga menyediakan sarana dan prasarana dalam hal pendistribusian produk ke konsumen seperti dengan memanfaatkan jasa ojek online untuk mempermudah pengantaran produk ke tempat konsumen. Selain itu Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus Raya Banjarmasin juga harus lebih memaksimalkan promosi yang dilakukannya agar dapat lebih dikenal oleh konsumen, dengan begitu jika semua strategi dapat dilaksanakan secara optimal diharapkan dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan

juga meningkatnya penjualan seperti yang diinginkan.

Kata Kunci : Pemasaran;Meningkatkan;Penjualan; ABSTRACT The purpose of this research is to study how marketing strategies are carried out now and what to do in the future in an effort to increase sales. This study uses descriptive qualitative methods with data collection techniques: library research (library collection), field research (direct observation) and data analysis. Based on the results of research and changes that have been made, this business experienced a decline in sales due to less than optimal in terms of the implementation of marketing strategies carried out.

The problems caused by Extreme Cellular 4 on Jalan Pinus Raya Banjarmasin are on distribution strategies that are still available in product delivery to consumers and promotional strategy activities carried out are still not maximally made, promos available are available, consumers who do not know it yet. On the advice of the authors for the business carried out in distribution also provides facilities and infrastructure in terms of distribution of products to consumers such as by using online motorcycle taxi services to facilitate the delivery of products to consumers.

In addition, Extreme Cellular 4 on Jalan Pinus Raya Banjarmasin also has to increase promotion that can be known by consumers, better if all strategies can be implemented optimally to increase consumer loyalty and also increase sales as desired. Keywords: Marketing;Increase;Sales;

PENDAHULUAN Seiring dengan perkembangan zaman tentunya perkembangan teknologi juga akan semakin meningkat, komunikasi jarak jauh pun dapat dilakukan dimana pun cukup dengan satu gadget di tangan kita sudah bisa melakukan komunikasi dengan orang yang kita inginkan.

Hal tersebut pun menjadi kebutuhan wajib setiap orang untuk mempermudah segala urusan, dengan kebutuhan tersebut merupakan peluang bagi pengusaha untuk menjual berbagai macam barang-barang yang dibutuhkan untuk mendukung hal tersebut dan pada akhirnya memunculkan banyak usaha-usaha yang saling bersaing untuk mendapatkan pasar. Dalam persaingan ketat yang terbentuk dari usaha-usaha yang bermunculan tersebut, tentu kemampuan dalam kegiatan pemasaran, terutama dalam penguasaan strategi pemasaran akan menentukan berhasil atau tidaknya suatu usaha dapat bersaing dan bertahan di antara usaha-usaha lainnya. Strategi pemasaran sangat penting mengingat sebaik apa pun segmentasi, pasar sasaran, dan posisi pasar yang dilakukan tidak akan berjalan jika tidak diikuti dengan strategi yang tepat.

Justru strategi pemasaran merupakan ujung tombak untuk meraih konsumen sebanyak-banyaknya. (Kasmir,2012:186). Dalam lingkup pemasaran ada banyak strategi yang perlu diterapkan oleh berbagai usaha untuk dapat meningkatkan pendapatan usaha contohnya seperti menurunkan harga agar bisa lebih murah dari usaha-usaha lainnya, dengan harga yang lebih murah dari usaha pesaing lainnya tentu saja pelanggan akan lebih tertarik untuk berkunjung dan membeli barang-barang yang diinginkannya, setiap usaha tentunya juga perlu fokus pada pelayanannya terhadap konsumen dan tentunya usaha tersebut juga perlu memperhatikan aspek lokasi yang strategis untuk menjalankan usahanya. Oleh karena itu, suatu usaha tentu saja memerlukan kerjasama dan kekompakan antara atasan dan karyawan agar strategi dapat berjalan dengan lancar dan terlaksana dengan baik.

Jadi, antara atasan, karyawan, dan pembeli saling berkaitan dan saling bergantung antara satu dengan yang lainnya agar strategi pemasaran yang sudah ditetapkan dapat berjalan dengan lancar dan juga agar dapat mengkatnya penjualan yang ada di Extreme Cellular. Strategi menurut Craig & Grant (2016 : 29) adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang (targeting and long-term goals) sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan (achieve the goals and objectives). Extreme Cellular yang merupakan salah satu distributor usaha yang melayani penjualan seperti pengisian pulsa dan kouta, voucher gesek, kartu perdana dan aksesoris gadget lainnya, serta melayani pendaftaran agen saldo bpulsa.

Tentu saja Extreme Cellular menyadari dengan semakin ketatnya persaingan yang

dihadapi dan semakin banyaknya pesaing-pesaing yang banyak bermuculan dengan usaha yang sama. Untuk tetap dapat bersaing dimana semakin banyaknya cabang usaha lain yang menjual hal yang sama, maka Extreme Cellular harus memiliki kemampuan bersaing, baik itu dalam segi kelengkapan produk, harga, kualitas, ketersediaan barang yang diinginkan pelanggan, pelayanan yang baik dan juga disertai promosi yang harus dilakukan dengan tepat agar dapat meningkatkan penjualan.

Semakin banyaknya pesaing tentu saja juga membawa masalah yang bermacam-macam, seperti yang dihadapi oleh Extreme Cellular saat ini yaitu semakin menurunnya penjualan yang disebabkan semakin banyaknya pesaing dengan usaha yang sejenis, dan kurangnya tepatnya strategi pemasaran yang dilakukan. Oleh karena itu demi meningkatkan penjualan yang ada, pimpinan Extreme Cellular perlu menerapkan kebijakan manajemen dalam menentukan **strategi pemasaran yang tepat** untuk dilakukan. Dalam mencapai tujuan dan meningkatkan penjualan tentu saja diperlukan strategi dan tepat dan kerjasama yang bagus antar karyawan, salah satu strategi tersebut ialah strategi pemasaran.

Di dalam strategi pemasaran hal penting yang perlu diperhatikan adalah kebijakan harga dengan menetapkan harga yang tepat dan dapat bersaing dengan usaha lain dan beberapa aspek lain juga perlu diperhatikan seperti promosi kepada konsumen, saluran distribusi yang bagus agar memastikan setiap barang yang dicari konsumen selalu tersedia, dengan memastikan hal tersebut terlaksana dengan baik diharapkan konsumen merasa nyaman dan juga diharapkan penjualan pun ikut meningkat. Extreme Cellular sendiri terbagi menjadi 4 cabang, yang terbagi menjadi Extreme Cellular 1 di jalan Perintis Kemerdekaan Banjarmasin, Extreme Cellular 2 di jalan Simpang Empat Banjarbaru, Extreme Cellular 3 di jalan Simpang Empat Sekumpul Tanjung Rema Martapura dan Extreme Cellular 4 di jalan Pinus Raya Banjarmasin yang merupakan menjadi objek penelitian penulis. Berikut adalah tabel alamat serta ukuran toko disetiap cabang : Tabel 1. Alamat Dan Ukuran Toko Disetiap Cabang Extereme Cellular No.

_Nama Toko _Alamat _Ukuran Toko __1. _Extreme Cellular 1 _Jalan Perintis Kemerdekaan Banjarmasin _Panjang 6m dan lebar 4m __2. _Extreme Cellular 2 _Jalan Simpang Empat Banjarbaru _Panjang 7m dan lebar 5m __3. _Extreme Cellular 3 _Jalan Simpang Empat Sekumpul Tanjung Rema Martapura _Panjang 7m dan lebar 5m __4. _Extreme Cellular 4 _Jalan Pinus Raya Banjarmasin _Panjang 40m dan lebar 20m _
_Sumber: Data Primer Penelitian Tahun, 2018. Dilihat dari tabel di atas Extreme Cellular 4 merupakan cabang yang paling besar dikarenakan cabang tersebut berupa sebuah ruko dan sekaligus tempat penyimpanan barang-barang.

Metode Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif yaitu dalam

penelitian ini menafsirkan dan menguraikan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi di suatu tempat Menurut Sugiyono (2005) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Jenis dan Sumber Data Jenis data ini menggunakan data deskriptif kualitatif, karena dalam hal ini peneliti ingin menggambarkan strategi pemasaran pada Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus Raya Banjarmasin.

Sumber Data Data yang digunakan yaitu data primer karena data yang diperoleh berdasarkan pengamatan langsung ke perusahaan dimana jenis data yang dikumpulkan adalah data tentang jenis usaha. Teknik Pengumpulan Data Dalam penyusunan skripsi ini, secara sederhana penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data yang bersumber dari : Field Research Observasi yaitu pengamatan langsung yang dilakukan pada objek penelitian dalam hal ini yaitu pada Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus Raya Kelurahan Sungai Miai Kecamatan Banjarmasin Utara Provinsi Kalimantan Selatan.

Analisis data yaitu dengan cara menganalisa data dan keterangan yang diperoleh lapangan secara langsung, kemudian dianalisa menggunakan dasar-dasar yang didapat dari riset kepustakaan, dan hasilnya disusun berupa karangan berbentuk skripsi. Library Research Dalam metode ini yaitu dengan membaca dan mempelajari buku-buku literature yang memuat atau berhubungan dengan masalah yang akan dibahas dalam penulisan kali ini, serta untuk mendapatkan informasi yang menunjang kerangka teori pada penelitian ini. HASIL DAN PEMBAHASAN Hasil Penelitian Dalam setiap bisnis atau usaha yang dilakukan pastilah akan menemui berbagai masalah yang akan dijumpai dalam mencapai tujuan yang diharapkan.

Contohnya sendiri baik itu masalah internal itu sendiri yang berasal dari lingkungan usaha tersebut maupun masalah eksternal dari luar lingkungan usaha tersebut, seperti permasalahan yang timbul akhir-akhir ini di Extreme Cellular ialah masalah penurunan penjualan yang disebabkan karena kurang tepatnya dalam melakukan strategi pemasaran serta dengan semakin meningkatnya pesaing yang ada dimana-mana. Karena hal ini lah pimpinan Extreme Cellular membuat pembenahan baik dari segi pelayanannya, melakukan perbandingan harga dengan pesaing lain, melakukan pembenahan baik dari segi sarana dan prasarannya serta membuat kebijakan pemasaran yang tepat agar diharapkan penjualan di Extreme Cellular dapat meningkat seiring dengan membaiknya strategi pemasaran yang dilakukan.

Berikut adalah laporan penjualan di Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus Raya pada tahun 2018-2019 : Tabel 4
Data Penjualan

Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus Raya Tahun 2018-2019 No_Bulan_2018_2019 __1
_Januari_Rp. 11.850.500_Rp. 10.269.360 __2_Februari_Rp. 12.500.063_Rp. 12.055.000 _
_3_Maret_Rp. 13.158.900_Rp. 10.786.530 __4_April_Rp. 9.945.000_Rp. 10.074.500 __5
_Mei_Rp. 11.588.463_Rp. 9.364.700 __6_Juni_Rp. 12.658.800_Rp. 10.222.300 __7_Juli
_Rp. 12.127.000_Rp. 11.378.300 __8_Agustus_Rp. 13.879.000_Rp. 12.000.500 __9
_September_Rp. 12.111.057_Rp. 10.790.873 __10_Oktober_Rp. 10.986.700_Rp.
9.560.600 __11_November_Rp. 12.985.550_Rp. 10.474.356 __12_Desember_Rp.
12.059.000_Rp. 11.635.800 __Sumber : Data Penjualan Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus
Raya Banjarmasin 2020.

Dari data penjualan **di atas dapat disimpulkan** selama tahun 2018 hingga 2019 terjadi penurunan penjualan, maka untuk mengatasi dari penurunan tersebut hendaknya Extreme Cellular 4 menyusun suatu kebijakan manajemen **strategi pemasaran yang tepat** dengan harapan dapat meningkatnya penjualan dan usaha pun dapat berkembang lebih baik lagi kedepannya. Dengan semakin banyaknya pesaing yang menjual produk yang sama, Extreme Cellular selaku distributor yang melayani penjualan seperti pengisian pulsa dan kouta, voucher gesek, kartu perdana dan aksesoris gadget lainnya.

Extreme Cellular membuat antisipasi dengan semakin banyaknya pesaing bermunculan dengan memperhatikan harga pesaing dan membandingkannya agar bisa menjual tetap lebih murah dari pesaing lainnya agar tetap menjaga kesetiaan pelanggannya dengan harapan meningkatnya angka penjualan dari tahun sebelumnya. Analisis dan Pembahasan Starategi **pemasaran yang dilakukan oleh** Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus Raya Banjarmasin Produk Berikut adalah beberapa produk yang dipasarkan atau dijual di Extreme Cellular 4 : Kartu perdana Produk ini sendiri dari Extreme Cellular 4 menyediakan berbagai jenis kartu perdana yang ditawarkan ke konsumen baik dijual ecer (pebelian kurang dari 5 pcs) atau partai (pembelian melebihi 5 pcs).

Barang ini sendiri didapat langsung dari produsen utamanya agar mendapatkan harga yang lebih murah, biasanya untuk barang sendiri di antarkan sendiri dari produsen utamanya ke bagian gudang Extreme Cellular. Cara penggunaannya sendiri untuk kartu perdana sekarang yaitu sesuai dengan anjuran pemerintah yaitu sebelum digunakan untuk mengaktifkan kartu perdananya agar dapat digunakan pelanggannya harus mengresgistrasi kartunya dengan NIK KTP dan nomor KK pelanggannya. Voucher Gesek Untuk produk ini sendiri pendistribusian barang hampir sama dengan kartu perdana didapat langsung dari supplier utamanya, hanya saja voucher gesek ini tidak perlu mengaktifkannya dengan NIK maupun nomor KK karena hanya berisi kouta input dengan nomor SN (kode unik) untuk dimasukkan ke hp konsumen untuk memasukkan kouta ke hp konsumen yang diinginkan. Dalam penjualannya pun tidak jauh berbeda dengan kartu perdana yaitu dengan penjualan partai dan ecer.

Aksesoris Gadget Aksesoris ini terdiri dari berbagai macam produk seperti headset baik kabel maupun bluetooth, charger, kabel data, flashdisk, kartu memori, speaker bluetooth dan lain-lain. Dalam penjualan juga sama melayani ecer dan partai, hanya salam penjualannya konsumen dipebolehkan untuk mencoba atau mengetes produk yang mau dibelinya dan untuk produk ini juga memiliki garansi berbeda-beda tiap produknya antara satu bulan sampai satu tahun dengan syarat garansi membawa struk pembelian dan bungkus packing dari produk yang dibeli.

Pendaftaran Agen Bpulsa Selain melayani penjualan kartu perdana, voucher gesek, aksesoris gadget, Extreme Cellular juga melayani pendaftaran agen pulsa semua operator untuk konsumen atau ponsel lain yang ingin berjualan pulsa, kouta internet dan melakukan pembayaran tagihan listrik, PDAM dan lain-lain. Untuk biaya pendaftarannya sendiri pelanggan tidak dikenakan biaya apapun hanya perlu membawa KTP saja sebagai data diri pendaftaran agen, berbeda dengan dulu Extreme Cellular mengenakan biaya pendaftaran sebesar Rp.10.000,- per agen yang mau mendaftar, dikarenakan untuk menarik pelanggan agar mau mendaftar agen pulsa ke Extreme Cellular pimpinan Extreme Cellular mengubahnya menjadi gratis hanya perlu membawa data diri demi menarik minat konsumennya.

Harga Extreme Cellular sendiri memiliki 2 sistem penetapan harga yaitu partai dan ecer berikut adalah penjelasan dari masing-masing harga : Partai Harga dari suatu produk tentu saja menjadi pertimbangan yang sangat penting bagi pelanggan yang ingin membeli suatu produk karena pelanggan bukan hanya mempertimbangkan kualitas dari suatu produk tetapi juga melihat dan memikirkan harga dari suatu produk. Dalam hal inilah toko Extreme Cellular dalam menetapkan harga suatu produk biasanya Extreme Cellular menaikkan harga jualnya sebesar Rp. 400,- sampai Rp.

500,- per produk yang dijualnya dalam harga partai dengan minimal pembelian 5pcs barang sudah bisa mendapatkan harga partai tersebut Harga Ecer Adapun dari segi harga partai ke eceran atau satuan toko Extreme Cellular sendiri menaikkan harga jualnya kepada pelanggan yang membeli produk satuan dengan menaikkan harga antara Rp. 2000,- sampai Rp. 5000,- dari harga partai yang ada. Distribusi Distribusi tentu juga merupakan faktor penting yang sangat perlu diperhatikan dalam setiap usaha yang dilakukan karena ketersediaan barang juga menjadi faktor penentu kelangsungan usaha yang dilakukan.

Oleh karena itu ketersediaan setiap produk sangatlah diperhatikan oleh Extreme Cellular demi kenyamanan berbelanja konsumennya. Extreme Cellular sendiri dalam melakukan distribusi barang dalam pembelian barangnya agar setiap barang terus tersedia di setiap

cabang Extreme Cellular, pada bagian gudang selalu mendata setiap barang yang mulai kekurangan disetiap barang dan melakukan pemesanan barang tersebut ke distributor utamanya. Dalam hal pembelian atau pemesanan produk Extreme Cellular memesan langsung dari distributor utamanya atau dari sales produsennya langsung.

Setelah melakukan pemesanan barangnya sendiri diantar langsung ke bagian gudang Extreme Cellular lalu bagian gudang mendistribusikan barang ke setiap cabang-cabang Extreme Cellular. Sedangkan pendistribusian barang kepada konsumen, konsumennya sendiri datang secara langsung dalam melakukan pembelian barang baik konsumen yang membeli untuk pemakaian sendiri atau untuk dijualnya kembali. Promosi Promosi adalah bagian dari bauran pemasaran yang sangat penting yang mana tujuan dari promosi ialah membujuk, memberitahu dan memperkenalkan produk yang ingin dipasarkan.

Berikut adalah unsur- unsur bauran promosi yaitu periklanan atau advertising, penjualan tatap muka atau personal selling, sales promosi atau sales promotion dan publisitas atau publicity. Dari hasil pengamatan dan penelitian yang dilakukan pada Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus Raya Banjarmasin, selama ini dari pihak Extreme Cellular memang kurang dalam hal promosi. Dari pihak Extreme Cellular hanya melakukan promosi seperti running text, spanduk, promosi melalui medsos secara pasif, dan penawaran secara langsung ke pelanggan.

Masalah Yang Dihadapi Oleh Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus Raya Banjarmasin Seperti pada apa yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa dalam penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus Raya Banjarmasin sangatlah berpengaruh terhadap meningkatkan penjualan produk. Berdasarkan data dari tabel 4 pada data penjualan Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus Raya Banjarmasin, terlihat untuk data penjualannya mengalami penurunan dan berfluktuasi tiap bulannya. Dari kondisi tersebut dilihat dari penelitian dan pengamatan yang dilakukan di Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus Raya Banjarmasin mengalami berbagai masalah pada pemasarannya.

Meskipun beberapa unsur - unsur dan faktor strategi pemasarannya telah diterapkan dengan baik dalam kebijakan pemasarannya, namun dari hasil kebijakan pemasarannya belum dapat dilakukan secara maksimal. Agar dapat ditemukannya solusi yang tepat dari permasalahan tersebut maka diuraikanlah masalah – masalah yang dihadapi oleh Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus Raya Banjarmasin sebagai berikut : Masalah Variabel Produk Dalam masalah variabel produk pada Extreme Cellular sendiri tidak mengalami terlalu banyak masalah bahkan terkesan stabil seperti produk kartu perdana, voucher gesek dan aksesoris gadget.

Namun pada tahun ini pada produk kartu perdana sedikit mengalami permasalahan jika pada sebelumnya dalam pemakaian kartu perdana tidak perlu registrasi menggunakan NIK dan nomor KK tinggal siap pakai namun pada aturan baru pemerintah yang mengharuskan dalam setiap pemakaian kartu perdana baru wajib registrasi menggunakan NIK dan nomor KK konsumen. Hal inilah yang membuat konsumen menjadi enggan untuk mengganti kartu perdanya karena tiap penggantian kartu diwajibkan registrasi ulang lagi menggunakan NIK dan nomor KK, sehingga membuat penjualan kartu perdana menjadi menurun karena semakin berkurangnya minat beli konsumen.

Masalah Variabel Harga Dalam upaya meningkatkan loyalitas konsumennya Extreme Cellular 4 sangatlah memperhatikan dalam penetapan setiap harga, dan dalam harga sendiri Extreme Cellular 4 terus memantau harga produk pesaingnya sehingga sangat jarang ada konsumen yang komplain dengan harga yang ditetapkan. Masalah Variabel Distribusi Pendistribusian yang baik merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam setiap usaha atau bisnis untuk memastikan stok barang yang tersedia mencukupi kebutuhan konsumen atau memudahkan akses konsumen dalam pembelian suatu produk demi menjaga loyalitas dan kemudahan transaksi konsumen. Dalam hal menjaga ketersediaan stok barang sendiri Extreme Cellular tidak memiliki begitu banyak kendala yang berarti dan dalam transaksi secara langsung pun juga begitu.

Namun, yang menjadi masalah sekarang ini ialah Extreme Cellular masih belum bisa melayani pembelian produk secara tidak langsung atau melalui pemesanan produk jarak jauh sehingga bagi konsumen yang tempat tinggalnya agak jauh dari cabang-cabang Extreme Cellular agak sulit dalam melakukan pembelian karena perlu datang terlebih dahulu ke cabang-cabang Extreme Cellular yang ada. Masalah Variabel Promosi Seberapa bagus apapun suatu produk namun jika tidak dikenal oleh konsumen maka produk tersebut tidak akan dibeli oleh konsumen itulah seberapa pentingnya suatu promosi.

Sejauh ini promosi yang dilakukan oleh Extreme Cellular adalah dengan menggunakan promosi pasif seperti runnig text, spanduk dan penggunaan sosial media. Masalah yang sekarang dihadapi oleh Extreme Cellular saat ini adalah masih belum terlaksananya keinginan peanggan seperti pemberian bonus atau hadiah kepada konsumen yang menjadi langganan tetap dan penggunaan sosial media yang masih digunakan secara pasif.

Strategi Yang Sebaiknya Dilakukan Oleh Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus Raya Banjarmasin Dalam Meningkatkan Penjualan Strategi Produk Sebagai salah satu distributor kartu perdana, voucher, aksesoris gadget dan agen pulsa yang sudah cukup

terkenal di Banjarmasin Extreme Cellular sebenarnya dapat dengan mudah dalam mengendalikan manajemen produknya dan menjaga konsumen tetap setia. Dengan menjaga ketersediaan produk yang lengkap, selalu menyediakan apa yang konsumen perlukan tentu saja akan menarik minat konsumen untuk berbelanja karena barang yang dicarinya sudah tersedia pada satu tempat.

Semakin lengkapnya produk yang diperlukan konsumen tentu saja semakin besar peluang bagi Extreme Cellular dalam dalam mengalahkan pesaing lainnya. Dalam segi pelayanan juga seharusnya Extreme Cellular harus memberi arahan kepada karyawannya bagaimana cara melayani pelanggan yang baik agar konsumen pun tetap merasa nyaman dan puas setiap berbelanja datang langsung ke toko, karena hal tersebut akan berpengaruh langsung pada peningkatan penjualan produk.

Berikut langkah-langkah dalam strategi pemasaran terarah seperti menetapkan segmentasi pasar, segmentasi pasar ialah suatu usaha pemisahan pasar pada kelompok-kelompok pembeli berdasarkan jenis-jenis produk tertentu yang memerlukan strategi pemasaran tersendiri. Berikut adalah pembagian segmentasi pasar berdasarkan geografi, demografi, psikografi dan behavioristik. Segmentasi pasar geografi Segmentasi ini berdasarkan geografi perlu membagi pasar kedalam unit-unit geografi yang berbeda seperti negara, negara bagian, provinsi, wilayah, daerah, kota dan desa.

Perusahaan dapat memutuskan untuk : Beroperasi didalam satu atau beberapa wilayah Beroperasi dalam semua wilayah tetapi memperhatikan variasi-variasi kebutuhan dan pilihan geografik tersebut. Segmentasi pasar demografi Pada segmentasi ini merupakan pembagian pasar kedalam kelompok-kelompok berdasarkan variabel-variabel demografi seperti usia, jenis kelamin, jumlah penduduk, jumlah keluarga, pendapatan pekerjaan, jenjang pendidikan dan kewarganegaraan. Segmentasi pasar psikografi Dalam segmentasi ini konsumen dibagi menjadi beberapa kelompok yang berbeda berdasarkan kelas sosial, gaya hidup dan ciri-ciri kepribadian.

Semakin banyak para pemasar dari berbagai jenis produk dan merk membagi pasarnya menjadi segmen-segmen berdasarkan gaya hidup konsumennya, karena gaya hidup sangat mempengaruhi akan pilihan produk yang akan dipilih oleh konsumen tersebut. Segmentasi pasar behavioristik Pada segmentasi behavioristik atau perilaku para konsumen dibagi menjadi beberapa kelompok-kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan atau tanggapan mereka terhadap sebuah produk. Dalam hal menjamin kepuasan konsumen Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus Raya Banjarmasin memberikan layanan purna jual dalam bentuk garansi, apabila barang yang dibeli konsumen rusak atau tidak berfungsi dengan semestinya, maka Extreme Cellular 4 menjamin pengembalian uang atau dengan barang baru dengan syarat dan ketentuan

yang diberlakukan Extreme Cellular 4 agar konsumen merasa aman membeli suatu barang dan dapat merasa puas dengan barang yang dibelinya.

Strategi Harga Dalam hal kebijakan harga yang ditetapkan oleh Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus Raya Banjarmasin terus memantau harga pesaing agar dapat selalu mengupayakan dalam penetapan harga lebih dapat murah dibandingkan pesaing lainnya. Hal ini dilakukan demi menjaga loyalitas konsumen dan konsumen akan termotivasi terus berbelanja di Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus Raya Banjarmasin. Strategi Distribusi Dalam hal distribusi produk dari produsen ke Extreme Cellular memanglah cukup lancar dan hampir tidak mengalami kendala yang terlalu serius.

Namun, yang menjadi masalah disini ialah dari konsumen yang ingin berbelanja di Extreme Cellular yang sering terkendala jika tempat konsumen yang agak jauh dari Extreme Cellular dikarenakan Extreme Cellular sendiri belum menyediakan sarana untuk konsumen yang ingin berbelanja secara online atau via pemesanan saja tanpa harus perlu datang langsung ke toko. Hal ini jugalah setelah dicermati sangat berpengaruh langsung terhadap volume penjualan, karena bagi konsumen yang tempat jauh dari setiap cabang Extreme Cellular akan lebih memilih berbelanja di tempat lain yang lebih dekat dengan tempat tinggal konsumennya.

Pada hal inilah seharusnya Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus Raya Banjarmasin seharusnya dapat lebih memperbaiki pola distribusinya ke konsumen agar lebih cepat dan dapat mempermudah konsumen dalam berbelanja dengan memanfaatkan perkembangan sekarang seperti dengan jasa pengantaran ojek online, dengan begitu Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus Raya Banjarmasin dapat mendistribusikan produk-produknya ke konsumen dapat lebih maksimal sehingga diharapkan dapat berdampak langsung pada peningkatan penjualannya. Strategi Promosi Strategi promosi yang sudah dilakukan oleh Extreme Cellular 4 memanglah masih belum maksimal, karena untuk saat ini promosi yang dilakukan oleh Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus Raya Banjarmasin hanya melakukan promosi seperti running text, spanduk, penggunaan sosial media secara pasif saja dan penawaran secara langsung jika ada pelanggan yang datang ke toko sehingga penjualan tidak dapat dilaksanakan secara maksimal, dan mengalami penurunan penjualan.

Oleh karena itu, hendaknya Extreme Cellular hendaknya lebih mempertimbangkan strategi promosinya. Melalui kegiatan promosi yang lebih bagus diharapkan dapat lebih merangsang minat beli konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan atau produk yang dipromosikan. Kegiatan yang perlu dilakukan diantaranya ialah seperti pembagian brosur langsung ke konsumen, dan dapat memanfaatkan perkembangan teknologi seperti sekarang ini yaitu melakukan promosi secara aktif melalui media sosial. Dalam

menggunakan media sosial tidak serta merta hanya melakukan promosi saja tetapi juga harus mampu menjawab setiap keluhan dan pertanyaan-pertanyaan konsumen mengenai produk yang dipromosikan atau produk-produk apa saja yang disediakan dengan begitu diharapkan **konsumen dapat lebih mengenal** produk yang kita tawarkan, dengan hal tersebut juga diharapkan dapat menarik minat beli konsumen.

PENUTUP Kesimpulan Berdasarkan dari hasil penelitian tentang **analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan** penjualan pada toko Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus Raya Banjarmasin. Penulis menyimpulkan berdasarkan faktor-faktor strategi pemasaran yang telah diterapkan di Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus Raya Banjarmasin sebagai berikut : Strategi Produk Menurut hasil penelitian yang sudah dilakukan pada Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus Raya Banjarmasin, dalam hal strategi produk Extreme Cellular memberikan garansi pada setiap produknya demi menjamin produknya dan agar membuat konsumen merasa nyaman dalam berbelanja jika ada barang yang rusak atau tidak berfungsi semestinya, akan diganti dengan barang baru lagi atau penggantian berupa pengembalian uang. Strategi Harga Dalam strategi harga sendiri Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus Raya Banjarmasin dalam menetapkan standar harganya hanya menaikkan harga jualnya sebesar Rp.

400,- sampai Rp. 500,- per produk yang dijualnya dalam harga partai dengan minimal pembelian 5pcs, sedangkan dalam pembelian produk satuan dengan menaikkan harga antara Rp. 2000,- sampai Rp. 5000,- dari harga partai yang ada. Hal itu merupakan standar harga yang biasanya ditetapkan namun dapat berubah lagi jika harga pesaing ada yang lebih murah, demi menjaga kesetiaan konsumen dalam berbelanja, karena itulah Extreme Cellular terus menerus memantau harga pesaingnya. Strategi Distribusi Strategi distribusi juga merupakan hal penting yang perlu diperhatikan oleh setiap pengusaha dalam menunjang kelancaran usahanya, Extreme Cellular sendiri dalam hal distribusi dari produsennya ke Extreme Cellular cukup lancar dikarenakan barang diantar secara langsung dari produsen ke bagian gudang Extreme Cellular secara langsung.

Namun, yang menjadi masalah ialah distribusi kepada konsumen karena setiap konsumen jika ingin membeli suatu produk harus perlu datang dulu secara langsung dan tidak bisa diantar ke tempat konsumen yang ingin melakukan pembelian. Strategi Promosi Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan pada Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus Raya Banjarmasin, dalam hal kegiatan promosi sendiri memang sudah dilakukan dengan baik seperti promosi seperti melalui running text, spanduk, promosi melalui medsos secara pasif, dan penawaran secara langsung ke pelanggan, namun hal tersebut belum dilakukan secara maksimal.

Saran Dari kesimpulan yang telah diuraikan tersebut maka penulis mengungkapkas

sarannya sebagai berikut : Strategi Produk Pada segi strategi produk sendiri toko Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus Raya Banjarmasin sudah melakukan strategi yang baik yaitu dengan menjamin kualitas produknya dengan adanya garansi pada produknya sehingga dapat membuat konsumen merasa aman akan produk yang dibelinya jika ada mengalami kerusakan atau tidak berfungsi dengan semestinya. Strategi Harga Dalam hal penetapan harga toko Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus Raya Banjarmasin sudah memiliki ketetapan harga yaitu dengan standar harganya hanya menaikkan harga jualnya sebesar Rp. 400,- sampai Rp.

500,- per produk yang dijualnya dalam harga partai dengan minimal pembelian 5pcs, sedangkan dalam pembelian produk satuan dengan menaikkan harga antara Rp. 2000,- sampai Rp. 5000,- dari harga partai yang ada. Hal itu berlaku jika harga yang ditetapkan oleh pesaing masih lebih murah namun standar harga tersebut dapat diturunkan lagi jika ada pesaing mematok harga lebih murah, hal ini dilakukan demi menjaga kesetiaan pelanggan. Dalam beberapa kali setiap bulan toko Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus Raya Banjarmasin terus memantau harga pesaingnya demi menjaga kestabilan harga dan perkembangan apa saja yang perlu dilakukan.

Strategi Distribusi Strategi distribusi produk dari produsen ke toko Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus Raya Banjarmasin memang sudah bagus hampir tidak mengalam kendala yang berarti, namun ada baiknya dari toko Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus Raya Banjarmasin juga perlu menyediakan sarana dan prasarana untuk distribusi peroduk ke konsumennya agar konsumen yang tempatnya jauh dari cabang-cabang Extreme Cellular dapat berbelanja dengan mudah tidak perlu harus datang secara langsung lagi jika ingin melakukan pembelian produk, seperti dengan memanfaatkan kemajuan tekologi jaman sekarang dengan banyaknya ojek online untuk mengantar barang tentu akan mempermudah dalam pendistribusian atau pengiriman barang ke konsumen.

Strategi Promosi Bentuk promosi yang saat ini dilakukan oleh toko Extreme Cellular 4 di Jalan Pinus Raya Banjarmasin ialah seperti melakukan promosi berupa running text, spanduk, promosi melalui medsos secara pasif, dan penawaran secara langsung ke pelanggan. Namun, saat ini adalah promosi melalui media sosial yang maih bekum dilakukan secara maksimal mengingat di zaman sekarang perkembangan teknologi sangatlah pesat tentu hampir setiap orang pasti memiliki media sosial, hal itulah yang sebaiknya dimanfaatkan oleh pihak Extreme Cellular dalam melakukan promosinya. REFERENSI Assuari Sofyan, 2007. Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep dan Strategi), Rajagrafindo Persada, Jakarta. Basu, Swastha & Irawan, 2008.

Manajemen Pemasaran Modern, Liberty Modern, yogyakarta Craig & Grant (2016). Manajemen Stragei. Alex Media Komputindo Kelompok Gramedia, Jakarta. Danang

Sunyoto, 2015. Perilaku Konsumen dan Pemasaran, cetakan pertama, CAPS (Center of Academic Publishin Service), Yogyakarta. Hadi, Samsul, 2013. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan pada PT. Timurraya Kurnia Manunggal Banjarmasin. Uniska, Banjarmasin. Hendra, Teguh, Rusli, Roni, A, 2007. Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Library, Jakarta.
<http://cahtelaga.blogspot.com/2013/06/bauran-pemasaran-menurut-menurut-kotler.html>
<http://ruangmarketing.blogspot.com/2012/12/pengertian-bauran-pemasaran-marketing.html> Kasmir, 2012. Kewirausahaan, PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta. Kausar, 2016. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Ban Swallow Pada PT. Mulia Jaya Ban Banjarmasin. Uniska, Banjarmasin. Kotler, Philip & Gary, Armstrong, 2008.

Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Kedua Belas, Erlangga. Jakarta. Kotler, Philip, & Keller, Kevin, Lane, 2008. Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Belas, Jilid 2, PT. INDEKS, Indonesia. Peter, Paul, J & Olson Jerry, C, 2014. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, Salemba Empat, Jakarta. Sugiyono, 2005. Metode Penelitian Administrasi. Bandung: Alfabeta Taupan Hidayat, 2015. Analisis Strategi Pemasaran Produk dalam Meningkatkan Penjualan pada PT. DOS NI ROHA Banjarmasin. Uniska, Banjarmasin. Wibowo, D. H., & Arifin, Z. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi pada Batik Diajang Solo). Jurnal Administrasi Bisnis, 29(1), 59-66.

INTERNET SOURCES:

<1% - <https://www.tab-packaging.co.id/kemasan-edible-packaging/>
<1% - <http://jurnalmanajemen.petra.ac.id/index.php/man/article/viewFile/15611/15603>
<1% -
<https://www.walisembilan.com/doa-agar-dijodohkan-dengan-orang-yang-kita-inginkan/>
<1% - <https://pji-netra.blogspot.com/>
<1% - <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-penjualan/>
1% -
<https://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-strategi-3-tingkatan-strategi-bisnis/>
<1% -
<https://iswandivaqih.blogspot.com/2013/04/strategi-pemasaran-untuk-meningkatkan.html>
<1% -
<https://hot.liputan6.com/read/4032771/mengenal-jenis-penelitian-deskriptif-kualitatif-pada-sebuah-tulisan-ilmiah>
1% -
<https://www.linguistikid.com/2016/09/pengertian-penelitian-deskriptif-kualitatif.html>
<1% - http://eprints.walisongo.ac.id/761/4/082411129_Bab3.pdf
<1% - <https://repository.ipb.ac.id/jspui/bitstream/123456789/12400/1/A01aas.pdf>
<1% - http://eprints.undip.ac.id/48105/1/Dwi_Judhi.pdf
<1% - <https://thidiweb.com/bauran-promosi/>
<1% - <https://www.pahlevi.net/bauran-promosi/>
<1% - <https://www.shukanbunshun.com/2017/11/registrasi-sim-card-nik-kk.html>
<1% -
<https://www.aturduit.com/articles/jangan-tertipu-modus-penipuan-kartu-kredit-ini/>
<1% - <http://eprints.undip.ac.id/40153/1/NURDIANSAH.pdf>
<1% -
<https://sasyamsihd.blogspot.com/2012/05/promosi-dan-bentuk-bentuk-promosi.html>
<1% -
<https://mariniardyani.blogspot.com/2013/05/manajemen-pemasaran-hubungan-segmentasi.html>
<1% -
<https://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/07/segmentasi-pasar-definisi-manfaat-dan.html>
<1% - <http://green-in-me.weebly.com/segmentasi-demografi.html>

<1% -

<https://tutidamayati.blogspot.com/2011/10/pentingnya-segmentasi-pasar-pada.html>

<1% - <https://kickfahmi.blogspot.com/2012/06/v-behaviorurldefaultvmlo.html>

<1% - <https://www.bagitekno.net/internet/tips-belanja-online-agar-tidak-tertipu.html>

<1% - <https://markey.id/blog/marketing/marketing-mix>

<1% -

<http://www.repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/37992/1/IRFAN%20ZEVI-FEB.pdf>

<1% - <https://rizaldo07.blogspot.com/2011/03/strategi-distribusi-dan-strategi.html>

<1% -

<http://dmm.telkomuniversity.ac.id/wp-content/uploads/2016/11/RPS-Manajemen-Pemasaran.pdf>

<1% -

<https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/7639/Daftar%20Pustaka.pdf?sequence=14>