

# ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ONLINE DAN OFFLINE UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO HIFA COLLECTION RANTAU

## ABSTRAK

Noor Shinta Efiyani<sup>1</sup>, Hj. Farida Yulianti<sup>2</sup>, Hairul<sup>3</sup>

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, 17.31.0181

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, 069 809 131

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, 069 908 141

Email : [noorshintaefiyani@gmail.com](mailto:noorshintaefiyani@gmail.com)

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya persaingan usaha atau bisnis, sehingga diperlukan strategi pemasaran yang tepat dalam menjual produknya. Penelitian dilakukan untuk menjawab : (1) Bagaimana cara strategi pemasaran Toko Hi-Fa Collection Rantau, (2) Bagaimana strategi pemasaran online dan offline untuk meningkatkan penjualan pada Toko Hi-Fa Collection Rantau.

Menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis diskriptif data penelitian ini didapatkan dari hasil observasi, wawancara secara langsung dengan pihak Toko Hi-Fa Collection maupun dari konsumen Toko Hi-Fa serta dokumentasi.

Terdapat perbedaan dan persamaan strategi pemasaran pada Toko Hi-Fa Collection antara sistem online dan offline, persamaannya adalah menggunakan strategi kelengkapan atau beragamnya produk yang ditawarkan dan harga terjangkau sedangkan perbedaannya adalah sistem online memfokuskan pada aplikasi atau sosial media dan distribusi melalui perantara, sedangkan sistem offline melakukan pemasaran dengan menggunakan *flour* barang didepan toko beserta keterangan harga dan distribusi secara langsung atau *face to face*.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Online dan Offline

## ABSTRACT

This research is background by bussiness competition, so it needs exact marketing strategic to sell the product. The research is to answer : (1) How marketing strategic of Hi-Fa Collection store Rantau is, (2) How online and offline marketing strategic to increase selling for Hi-Fa Collection store Rantau.

Using Quality reseach approaching with these data research descriptions got from observation, direct imterview with Hi-Fa Collection store nor consumer and documentation.

There are difference and similarity marketing strategic of Hi-Fa Collection store between online and offline system. The similarity is using strategic completeness or many product varieties that offered and affordable prices. The difference is online system is more focus to social media and distribute by intermediary seller, Offline Marketing system using *flouring* goods in front of the store with price tag and direct distribute or *face to face*.

Keywords : Online and offline, Marketing Strategic

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan dunia bisnis pada saat ini semakin pesat, hal ini dapat dilihat dari banyaknya pelaku bisnis yang baru. Perubahan yang cepat berdampak pada situasi ketidakpastian yang berpengaruh terhadap perusahaan. Persaingan bisnis yang ketat seperti saat ini membuat pelaku bisnis selalu berusaha untuk mempertahankan usahanya dan bersaing untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Banyak metode yang dilakukan pelaku bisnis agar usaha yang dijalankan tetap bertahan ditengah-tengah persaingan yang ada, suatu usaha didirikan dan dikelola untuk menghasilkan suatu produk baik berupa barang maupun jasa. Bisnis pakaian merupakan salah satu bisnis dengan prospek yang menjanjikan. Pakaian merupakan salah satu kebutuhan primer yang selalu mengikuti arus zaman. Selain itu, bagi sebagian orang pakaian dapat juga merupakan sebagai barang yang menunjukkan keberadaan atau tingkat sosial dan ekonomi orang tersebut. Setiap organisasi, baik bisnis maupun non bisnis tidak terlepas dari aktivitas pemasaran.

Strategi pemasaran merupakan salah satu awal dalam rangka mengenalkan produk pada konsumen dan ini menjadi sangat penting karena akan berkaitan dengan keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh perusahaan.

Strategi pemasaran yang dibuat tidak hanya berkaitan dengan penjualan dan mempromosikan produk, tapi juga tentang jenis-jenis pelayanan (service) kepada pelanggan yang diberikan oleh perusahaan.

Toko Hi-Fa Collection adalah salah satu toko yang bergerak dalam bidang penjualan pakaian dewasa khususnya pakaian dan keperluan wanita dewasa dengan berbagai macam produk seperti pakaian harian / daster, Hijab, Mukena Spray/bedcover, Selimut dan Handuk.

Toko Hi-Fa Collection memiliki lokasi yang sangat strategis yaitu di tengah-tengah pusat kota yang tepatnya berada di Jalan Tasan Panyi kota Rantau. Strategi

pemasaran yang digunakan pada toko ini melalui online dan offline. Strategi online dimulai pada tahun 2010.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti ingin mengkaji lebih jauh melalui penelitian dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Online dan Offline Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Toko Hi-Fa Collection Rantau

### **Metode Penelitian**

Untuk mempermudah analisis pembahasan skripsi ini penulis menggunakan metode penelitian dengan menggunakan beberapa pengumpulan data sebagai bahan analisis untuk dijadikan laporan dalam bentuk skripsi. Metode yang digunakan adalah sebagai berikut:

### **Jenis Penelitian**

Menurut Sugiono 2017, secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah dalam bisnis. Pendekatan penelitian dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis deskriptif yaitu dengan cara mengumpulkan data, menganalisis data serta interpretasi data, dan pada akhirnya dirumuskan suatu kesimpulan yang mengacu pada analisis data tersebut.

### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Pengertian objek penelitian secara umum merupakan permasalahan yang dijadikan topik penulisan dalam rangka menyusun suatu laporan penelitian. Penentuan objek penelitian sangat penting dikarenakan untuk menunjang kegiatan selama penelitian, sehingga hal-hal yang diperlukan dalam penelitian akan mudah dicapai. Yang menjadi penelitian ini adalah Toko Hi-Fa Collection Rantau di Jalan Tasan Panyi No.28 Kabupaten Tapin Kalimantan Selatan

## **Teknik Pengumpulan Data**

1. Studi Lapangan yaitu melakukan riset lapangan, penulis mengambil data-data langsung dari sumber data, sebagai pembanding untuk memproses keterangan dan kenyataan yang sebenarnya.
2. Pengamatan (Observasi) yaitu pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti untuk mendapatkan data dan informasi yang diperlukan sesuai dengan permasalahan yang ada.
3. Interview atau wawancara merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai. Wawancara ini dilakukan pada pemilik toko, karyawan, dan konsumen toko Hi-Fa Collection.
4. Dokumentasi, metode ini digunakan untuk mendapatkan data pendukung dalam penelitian, yang meliputi; profil toko atau profil penjual, keadaan penjualan di toko pakaian baik online maupun offline, jenis barang pakaian yang disediakan, dan sebagainya.
5. Studi Kepustakaan (Library Research) Studi pustaka merupakan cara yang dilakukan penulis untuk memperoleh data-data yang berhubungan dengan penulisan skripsi dari berbagai sumber bacaan seperti: buku, artikel-artikel, jurnal-jurnal, yang diambil dari internet dan lain-lainnya.

## **Teknik Analisis Data**

Analisis data yang dilakukan dengan pedoman pada data yang diperoleh dari penelitian lapangan yaitu:

### **Pengertian Data**

Data ialah fakta-fakta yang diperoleh dari penelitian, dimana fakta tersebut dapat dipertanggungjawabkan. Data yang dikumpulkan ditentukan oleh variabel-variabel yang ada dalam hipotesis. Data itu dikumpulkan oleh sample yang ditentukan sebelumnya.

Sample tersebut terdiri atas sekumpulan unit analisis sebagai sasaran penelitian.

### **Jenis-jenis data**

#### **1. Data Primer**

Yaitu merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan atau dari sumbernya langsung. Dalam hal ini data diperoleh peneliti dengan cara melakukan pengamatan dan wawancara. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penjual pakaian online dan offline.

#### **2. Data Sekunder**

Yaitu data yang dikumpulkan dan disatukan oleh studi-studi sebelumnya atau yang diterbitkan oleh berbagai instansi lain. Dalam hal ini sumber data sekunder dalam penelitian ini yakni diperoleh dari sumber-sumber buku pendukung, dan internet.

## **Hasil Penelitian**

Sistem online yang dilakukan toko Hi-Fa Collection memanfaatkan media sosial yaitu dengan facebook, Instagram, What App. Untuk pemesanan juga menggunakan media yaitu dengan chat personal ke nomor WA Hi-Fa Collection, dan untuk pemesanan cukup klik gambar yang dipesan lalu tulis berapa jumlah yang diinginkan lalu order. Untuk cara pembayaran melalui transfer ke atm toko. Setelah transfer dilakukan, lalu memberikan bukti transfer ke no WA toko dan pembayaran otomatis akan ada pemberitahuan yang muncul lewat SMS Banking. Produk yang ditawarkan pada penjualan online yaitu dengan kelengkapan produk yang dijual, sehingga hal itu dapat menarik perhatian konsumen yang sesuai dengan kebutuhan dari konsumen tersebut. Selain dari kelengkapan produk, toko Hi-Fa Collection juga menawarkan harga yang sangat terjangkau. Penyaluran barang pada sistem online dilakukan melalui perantara. Perantara tersebut biasanya berupa ekspedisi. Pada toko Hi-fa Collection melakukan penyaluran barang hampir seluruh ekspedisi yang ada di

Indonesia, hal ini dilakukan sesuai permintaan dari para pelanggannya untuk membangun hubungan yang baik.

Sistem Offline di Toko Hi-Fa Collection menggunakan toko sebagai media dalam sistem penjualan offline. Penjualan dilakukan dengan tatap muka atau *face to face*. Sehingga saluran pendistribusian pada penjualan offline yaitu dengan *face to face*. Adapun keuntungan dalam bisnis offline adalah bisa berinteraksi langsung pada konsumen atau pelanggan sehingga dapat membangun hubungan yang erat dengan pelanggan dan mendapatkan kepercayaan yang mudah karena adanya toko dan produk secara nyata atau terlihat. Sedangkan kerugian bisnis offline adalah keterbatasan dalam melakukan pemasaran karena sasaran pemasaran tidak luas yang terkendala dengan batas wilayah. Toko Hi-Fa Collection menyediakan toko yang bisa langsung dituju dan stok barang yang selalu ada, lokasi tersebut di Jl. Tasan Panyi. Para konsumen dapat langsung menuju toko Hi-Fa Collection untuk memilih produk sesuai dengan kebutuhannya. Model atau produk yang ditawarkan toko Hi-Fa Collection selalu mengikuti trend yang berkembang untuk memenuhi kebutuhan konsumen, saat lebaran contohnya toko Hi-Fa Collection menjual jilbab, dan mukena. Pada toko Hi-fa Collection harga yang ditawarkan sangat terjangkau. Selain dari harga yang terjangkau, toko Hi-Fa Collection juga menerapkan kelengkapan barang dan promosi di depan toko dengan *flour* barang di depan yang dibawahnya tercantumkan harga barang tersebut

### **Analisis dan Pembahasan**

Analisis strategi pemasaran produk pakaian dengan sistem online dan offline di toko Hi-Fa Collection. Strategi pemasaran pada sistem online yaitu kelengkapan atau beragamnya produk yang ditawarkan, harga yang terjangkau,

memanfaatkan sosial media atau aplikasi dan distribusi melalui perantara.

1. Kelengkapan atau beragamnya produk yang ditawarkan toko Hi-Fa Collection dilakukan untuk dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan dari konsumen toko Hi-Fa Collection.
2. Harga terjangkau, yaitu penetapan harga dapat dijangkau oleh seluruh masyarakat dan menarik konsumen secara mudah.
3. Memanfaatkan sosial media sebagai sarana promosi toko Hi-fa Collection dalam menawarkan produknya dengan gambar yang sebagus mungkin, spesifik produk yang dijual, dan keterangan harga yang diberikan. Dengan adanya sosial media juga memberikan kemudahan konsumen dalam memesan produk yang akan dibeli.
4. Distribusi atau penyaluran barang yang dilakukan toko Hi-Fa Collection melalui perantara merupakan ekspedisi. Pada toko Hi-Fa Collection hampir menggunakan seluruh ekspedisi yang ada di Indonesia karena Hi-Fa Collection menggunakan distribusi berdasarkan keinginan konsumen sehingga akan membangun hubungan yang baik.

Strategi pemasaran sistem offline yaitu ready stock barang yang bervariasi, harga yang terjangkau, melakukan promosi dan distribusi.

1. Ready stock barang yang bervariasi atau beragamnya pilihan produk yang ditawarkan adalah penerapan strategi produk pada toko Hi-Fa Collection. Selain ready stock barang yang bervariasi, toko Hi-Fa juga memperhatikan trend fashion terbaru agar produk-produk yang ditawarkan selalu diminati.
2. Harga yang terjangkau merupakan strategi yang diterapkan pada sistem offline. Penetapan harga tersebut agar bisa dijangkau oleh seluruh masyarakat.

3. Melakukan promosi yaitu dengan cara *flour* barang didepan toko beserta keterangan harga. Promosi dilakukan untuk menarik konsumen dalam membeli produknya, dengan sasaran orang-orang yang melintasi toko Hi-Fa Collection.
4. Distribusi yang dilakukan toko Hi-Fa Collection secara face to face yaitu konsumen dapat membeli produk secara langsung di toko yang disediakan oleh Hi-Fa Colecction. Toko tersebut beralamat di Jalan Tasan Panyi Kabupaten Rantau.

### **Analisis perbedaan dan persamaan**

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh toko Hi-Fa Collection dengan sistem online dan offline.

Persamaan strategi pemasaran sistem online dan offline adalah menggunakan strategi kelengkapan atau beragamnya pilihan produk yang ditawarkan dan melaksanakan strategi harga terjangkau.

Perbedaan strategi pemasaran pada sistem online dan offline, pada sistem online menggunakan strategi pemasaran dengan mengfokuskan pada aplikasi dan sosial media, dan distribusi melalui perantara. Sedangkan sistem offline menggunakan strategi promosi dengan *flour* barang didepan toko beserta keterangan harga dan melakukan distribusi secara langsung atau *face to face*.

### **PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa :

1. Dalam menghadapi persaingan, toko Hi-Fa Collection menerapkan beberapa strategi dengan sistem online maupun sistem offline. Pertama yaitu menerapkan strategi harga dengan memberikan harga terjangkau kepada setiap konsumennya, pada pembelian online maupun offline. Kedua memberikan promosi yaitu memberikan *flour* barang didepan toko dengan keterangan harga dan

promosi di media sosial dengan membuat gambar yang menarik beserta keterangan informasi. Selain itu, toko Hi-Fa Collection menyediakan toko sehingga penyaluran barang bisa secara langsung dan juga bisa melalui ekspedisi untuk penjualan online. Strategi yang terakhir adalah beragam atau bervariasinya produk yang ditawarkan.

2. Sesuai dengan keinginan dan pilihan konsumen memberikan strategi khusus yang dilakukan oleh toko Hi-Fa Collection. Sehingga strategi khusus yang diterapkan oleh toko Hi-Fa Collection yaitu dengan memilih produk fashion sesuai dengan perkembangannya.. Dengan pemilihan produk berdasarkan perkembangan, maka produk yang ditawarkan bervariasi atau beragam. Selain itu, toko Hi-Fa Collection juga menerapkan harga terjangkau dan promosi pada penjualan online menggunakan sosial media dengan gambar semenarik mungkin dengan kelengkapan informasi namun pada penjualan offline yaitu memberikan *flour* barang didepan beserta keterangan harga. Terakhir adalah penyaluran barang, pada penjualan offline penyaluran secara langsung ,dan penyaluran barang pada penjualan online yaitu melalui ekspedisi.
3. Strategi pemasaran pada toko Hi-fa Collection yaitu pertama strategi pemasaran sistem online, seperti kelengkapan barang yang bervariasi, memanfaatkan sosial media dan, harga yang terjangkau dan distribusi melalui perantara. Sedangkan strategi pemasaran sistem offline seperti : ready stock barang yang bervariasi, harga yang terjangkau, melakukan promosi dan distribusi secara langsung atau face to face.
4. Persamaan strategi yang dilakukan toko Hi-fa Collection sistem online

dan offline yaitu sama-sama menggunakan strategi kelengkapan atau beragamnya produk yang ditawarkan dan melaksanakan strategi dengan harga terjangkau. Perbedaan strategi yang dilakukan toko Hi-fa collection pada sistem online menggunakan strategi pemasaran dengan mengfokuskan pada sosial media dan distribusi melalui perantara, sedangkan sistem offline menggunakan strategi promosi dengan menggunakan flour barang didepan toko beserta keterangan harga dan melakukan distribusi secara langsung atau face to face. Dengan penerapan strategi pemasaran yang dijelaskan diatas, toko online dan offline Hi-Fa Collection sama-sama mengutamakan strategi yang terbaik untuk tokonya agar produk-produk yang ditawarkan dapat menarik konsumen untuk membeli.

## Daftar Pustaka

- *Skripsi Judul “ Kebijakan Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UD. Tape Ketan Ibu Hamimah Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar” M. Maulana, Uniska 2018*
- Berliani, Novia (2020) *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SECARA ONLINE UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN USAHA CLOTHING PADA TOKO BAROKAH23STORE BANJARMASIN. ARTIKEL NOVIA BERLIANI 16310414 KH A BJM.pdf*
- Dhurria Imama (2015), *Strategi Pemasaran Produk Pakaian dengan Sistem Online dan Offline di Toko Clarissa Grosir Fashion Gresik UIN Sunan Ampel Surabaya*  
<http://digilib.uinsby.ac.id/4208/>
- Artikel Skripsi Universitas Nusantara PGRI Kediri. Nuryana Khoirotul Faizah (2018) 14.1.02.02.0273. *Ekonomi-Manajemen simki.unpkediri.ac.id*
- *Tria Angraini (2017) “Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran Online dan Offline Pada Toko Alea Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu Ditinjau Dari Ekonomi Islam”.*  
<http://repository.iainbhengkulu.ac.id>
- *Strategi Pemasaran Produk Secara Offline dan Online – Jejualan dari*  
<https://blong.jejualan.com>
- Hartono, Hendry d.k.k. 2012. *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan dengan Menetapkan Alumni dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian.* Vol. 3, No. 2:883-889.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi.* Yogyakarta: ANDI
- Struktur Organisasi Defisi, jenis, dan fungsinya  
<https://www.jurnal.id/id/blog/struktur-organisasi-definisi-jenis-dan-fungsinya>
- Toko offline vs online, kelebihan dan kekurangan  
<https://www.jurnal.id/id/blog/toko-offline-vs-online-kelebihan-kekurangannya>
- Pengertian Karyawan dan Jenis-jenis Karyawan di Perusahaan  
<https://pengertiandefinisi.com/pengertian-karyawan-dan-jenis-jenis-karyawan-di-perusahaan>

