

# **ANALISIS KEBIJAKSANAAN PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA ANNUR ADVERTISING BANJARMASIN**

Rahmadi, Lamsah, Farida Yulianti

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) MAB Banjarmasin, NPM16310342  
Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) MAB Banjarmasin, NIDN1125126201  
Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) MAB Banjarmasin, NIDN1121076901

Email : rahmadirana@gmail.com

## **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah sejauh mana kebijaksanaan promosi yang dilakukan oleh Annur Advertising dalam meningkatkan omzet penjualannya.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Untuk mempermudah analisis pembahasan, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai bahan analisis untuk dijadikan dalam bentuk skripsi. Metode penelitian yang dipakai penulis dilakukan dengan berbagai cara untuk mengetahui lebih mendalam mengenai teori-teori yang berhubungan dengan penulisan ini.

Permasalahan yang dihadapi oleh Perusahaan Percetakan Maju Bersama Banjarmasin ini karena adanya penurunan omzet penjualan, yang mana hal tersebut akan berakibat pula terhadap pendapatan dan kelangsungan perusahaan. Proses kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Annur Advertising Banjarmasin bisa dikatakan sangat sederhana yaitu dengan cara hanya melakukan promosi langsung kepada pelanggan, bersifat dari mulut ke mulut saja, jadi kegiatan pemasaran melalui media yang lain sangat jarang dilakukan oleh Annur Advertising Banjarmasin.

Dalam usaha peningkatan omzet penjualan, maka sebaiknya Annur Advertising Banjarmasin perlu melakukan perbaikan pada saluran promosinya. Adapun promosi yang dapat disarankan oleh penulis disini adalah dengan cara memasang iklan pada media-media masa yang ada diwilayah kota Banjarmasin atau memanfaatkan jejaring sosial.

**Kata Kunci :** Promosi, Omzet Penjualan

---

## **ABSTRACT**

The purpose of this study is the extent of promotional policies carried out by Annur Advertising in increasing sales turnover.

This type of research is a qualitative descriptive study. To simplify the analysis of the discussion, the authors use several data collection methods as material for analysis to be made in the form of a thesis. The research method used by the author is carried out in various ways to find out more deeply about the theories related to this writing.

The problems faced by the Banjarmasin Joint Forward Printing Company are due to a decrease in sales turnover, which will also affect the company's revenue and sustainability. The process of marketing activities carried out by Annur Advertising Banjarmasin can be said to be very simple, that is by only conducting direct promotions to customers, it is by word of mouth, so marketing activities through other media are very rarely carried out by Annur Advertising Banjarmasin.

In an effort to increase sales turnover, Annur Advertising Banjarmasin should make improvements to its promotional channels. The promotion that can be suggested by the author here is by placing advertisements on mass media in the city of Banjarmasin or utilizing social networking.

**Keywords:** Promotion, Sales Turnover

## **PENDAHULUAN**

Perusahaan selaku pelaku ekonomi harus mampu bersaing terutama dalam mengelola usaha dan memasarkan produknya serta harus mampu merebut hati konsumen untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Semakin ketatnya persaingan antar perusahaan, maka peranan pemasaran pun menjadi semakin penting, terutama dalam era persaingan memacu perusahaan untuk senantiasa berusaha meningkatkan kinerja pemasaran dari waktu ke waktu. Peningkatan kinerja tersebut dapat dilihat melalui menciptakan promosi produk, menentukan harga, mempromosikan serta mendistribusikan, barang-barang atau jasa agar produk dapat diterima oleh pasar.

Banyaknya perusahaan yang telah lama berdiri maupun baru berdiri menambah ketatnya persaingan diantara perusahaan yang dibidang dan produk yang sama sehingga setiap perusahaan dituntut untuk bisa menerapkan strategi yang tepat untuk dapat bersaing yaitu strategi pemasaran pada kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsekuensinya perusahaan harus mempertimbangkan faktor konsumen yang bersifat flexibel, karena setiap saat akan mengalami perubahan apabila faktor-faktor yang mempengaruhinya berubah.

Sebagai upaya menghadapi perilaku konsumen yang berubah-berubah, maka setiap perusahaan harus terus mengawasi dan mengadakan komunikasi dengan para konsumen dan berusaha memberikan serta meningkatkan kualitas pelayanannya. Selain itu pihak perusahaan perlu melakukan strategi pasar untuk mencapai tujuan dengan menganalisis seluruh aspek pemasaran, khususnya tentang strategi pemasaran karena pengamatan dan penelitian tentang strategi pemasaran sangat erat hubungannya dengan keputusan konsumen dan pemakai produk atau jasa. Selain itu keberhasilan strategi pemasaran suatu perusahaan dapat diukur dari sikap konsumen yang telah menerima dan merasakan hasil dari produk atau jasa yang oleh perusahaan kepada konsumen di pasar.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Untuk mempermudah analisis pembahasan, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai bahan analisis untuk dijadikan dalam bentuk skripsi. Metode penelitian yang dipakai penulis dilakukan dengan berbagai cara untuk mengetahui lebih mendalam mengenai teori-teori yang berhubungan dengan penulisan ini. Lokasi Penelitian ini di lakukan di Perusahaan Annur Advertising di Jalan A. Yani KM. 4 Banjarmasin. Unit Penelitian yang menjadi unit penelitian dalam skripsi ini adalah sebuah organisasi perusahaan yang bergerak di bidang usaha percetakan yaitu Annur Advertising Banjarmasin.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pemasaran merupakan suatu kegiatan terpenting dalam sebuah perusahaan yang harus dilakukan untuk meningkatkan usahanya dan untuk kelangsungan perusahaan itu sendiri. Menurut Kotler Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan usahakan melalui penciptaan, pertukaran yang dapat memenuhi kebutuhan, keinginan dan permintaan seseorang atau kelompok.

Proses kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Annur Advertising Banjarmasin bisa dikatakan sangat sederhana yaitu dengan cara hanya melakukan promosi langsung kepada pelanggan, bersifat dari mulut ke mulut saja, jadi kegiatan pemasaran melalui media yang lain sangat jarang dilakukan oleh Annur Advertising Banjarmasin.

Pemasaran merupakan fungsi manajemen yang mempunyai tujuan mencapai penjualan barang secara lebih efektif dengan jalan melihat ke masa depan, dengan menemukan konsumen beserta kebutuhannya serta mengusahakan barang atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Kegiatan pemasaran dalam perekonomian Indonesia adalah untuk menjembatani kegiatan berproduksi disatu pihak dengan pihak lain melalui kelancaran pengadaan dan penyaluran barang dari tangan konsumen.

Sehubungan dengan itu, maka bagaimana lancarnya operasional perusahaan dan mudahnya aktivitas perusahaan untuk memenuhi kebutuhan, dalam arti bahwa kebutuhan modal tercukupi dan kebutuhan lainnya tidak ada masalah bagi perusahaan akan tetapi ini tidaklah tentu bahwa operasi itu berhasil apabila pelaksanaan pemasaran tidak dilaksanakan dengan baik dan lancar. Hal ini disebabkan adanya keterkaitan sangat erat dengan masalah penentuan laba artinya, kurang efektivitas pelaksanaan pemasaran dan membawa akibat sebagian akan terhambat, oleh karena itu pemasaran memegang peranan yang sangat penting dalam hal menentukan kelangsungan hidup perusahaan.

Demikian pula dengan percetakan Maju Bersama Banjarmasin, dimana masalah pemasaran sangat diperhatikan dalam rangka untuk meningkatkan pelayanan penjualan pada percetakan tersebut. Walaupun pada

akhir-akhir ini, terjadi penurunan volume pemesanan karena banyaknya perusahaan-perusahaan yang sama sebagai pesaing di Banjarmasin, sehingga diperlukan kebijaksanaan strategi pemasaran yang baru dan relevan untuk mengatasinya. Dalam melakukan usaha pemasarannya, Annur Advertising Banjarmasin menggunakan jasa dari karyawan sendiri dengan cara menyebarkan brosur, walaupun belum begitu merata penyebarannya, juga dengan melayani konsumen yang datang langsung ke perusahaan yang meminta pesanan khusus.

Masalah pemasaran memang rumit, apalagi dengan adanya perkembangan teknologi, penambahan penduduk serta adanya selera / minat konsumen yang sering berubah mengakibatkan pimpinan perusahaan harus jeli dalam berpikir serta berusaha keras untuk mengantisipasinya. Tujuan usaha pemasaran adalah meningkatkan volume penjualan yang mampu meningkatkan laba setiap produk yang dilempar ke pasaran. Dalam pelaksanaannya diantaranya dapat ditempuh dengan melaksanakan kebijaksanaan promosi dan saluran distribusi. Bagaimana lancarnya kegiatan produksi jika tidak diimbangi dengan pelaksanaan hal tersebut tadi, maka akan sia-sialah usaha yang dilakukan atau dengan kata lain dalam upaya meningkatkan volume penjualan maka pimpinan perusahaan Annur Advertising Banjarmasin haruslah dapat mengambil keputusan dan kebijaksanaan yang bermanfaat untuk dapat mendorong terciptanya minat dan permintaan dari konsumen. Perusahaan harus berusaha lebih giat untuk memasarkan hasil produknya, karena kegiatan pemasaran adalah merupakan suatu upaya yang memegang peranan penting bagi kelancaran dan kelangsungan hidup perusahaan.

Kebijaksanaan harga adalah merupakan hal yang penting dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Tanpa adanya kebijaksanaan harga mustahil suatu produk perusahaan dapat diterima oleh pihak konsumen. Pada perusahaan Annur Advertising Banjarmasin diterapkanlah kebijaksanaan harga yaitu harga sama dengan harga pesaing. Namun dengan catatan lebih mengutamakan mutu yang lebih bagus terutama yang berkaitan dengan faktor rasa dan juga memperhatikan kebersihan dan keamanan bagi konsumen yang memakainya. Target penjualan yang diinginkan Annur Advertising Banjarmasin yang diinginkan belum tercapai dari tahun ketahun terus mengalami penurunan, dimana hal ini disebabkan karena tidak adanya kegiatan kebijaksanaan promosi dan distribusi yang ditempuh. Hal ini dapat penulis lihat setelah melakukan pengamatan langsung serta wawancara dengan pihak perusahaan.

Adapun usaha yang dilakukan lewat promosi yang dilaksanakan oleh perusahaan selama ini hanya penggunaan label nama pada hasil cetakan tersebut. Menurut hemat penulis kegiatan promosi yang dilaksanakan tadi sangatlah tidak efektif dalam meningkatkan volume penjualan. Agar perusahaan ini dapat meningkatkan volume penjualan, maka haruslah melaksanakan kebijaksanaan promosi secara sungguh-sungguh. Penggunaan periklanan atau advertising pada Annur Advertising ini menurut pengamatan penulis sangat minim, bahkan bisa dikatakan belum pernah melakukan secara bersungguh-sungguh, hal ini dapat dilihat dengan terus menurunnya Omzet penjualan.

Pimpinan perusahaan haruslah menyadari bahwa produk Annur Advertising Banjarmasin mempunyai banyak pesaingannya. Sebab banyak diproduksi oleh perusahaan lain yang sejenis dan juga lebih modern. Sehingga perusahaan ini perlu sekali mengambil langkah-langkah kegiatan periklanan, agar produknya dapat lebih dikenal banyak orang dan dapat menjangkau wilayah yang lebih luas.

Dalam memilih media periklanan tersebut pimpinan perusahaan harus memperhatikan dan menetapkan pilihan secara tepat, sebab tidak menutup kemungkinan suatu media periklanan yang sudah dalam keadaan baik tapi bisa saja tidak tepat sasaran karena media yang digunakan kurang tepat. Kegiatan ini juga perlu mendapatkan perhatian dari perusahaan Annur Advertising Banjarmasin karena biaya yang dikeluarkan cukup murah dan daya jangkauannya juga sangat luas. Selama ini Annur Advertising Banjarmasin hanya melakukan promosi tidak khusus yaitu lewat mulut ke mulut maksudnya dari konsumen yang satu memberitahukan ke calon konsumen yang lain, penyebaran brosur lewat karyawan, itupun jarang dilakukan. Walaupun demikian produk ini cukup dikenal untuk wilayah Banjarbaru, Martapura dan sekitarnya.

Manfaat yang diperoleh melalui advertensi adalah bahwa produk yang ditawarkan akan bisa dikenal oleh masyarakat maupun konsumen bukan saja dari rasa dan aromanya akan tetapi juga dikenal dari bentuk penampilan produk tersebut dan juga dari merk dagangnya, sehingga kesan pertama akan timbul ketika masyarakat melihat produk tersebut walaupun belum merasakan bagaimana aroma dan rasa dari produk yang dijual. Meskipun advertensi akan meningkatkan volume penjualan, namun advertensi dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan. Promosi dan periklanan tidak efisien dilakukan untuk daerah yang sudah kenal dengan produk yang dijual. Hal ini untuk mengurangi biaya promosi.

Harga jual Annur Advertising Banjarmasin dibandingkan dengan produk yang sama dari perusahaan lain tidak berbeda yaitu tergantung dengan pesanan. Demikianlah analisa penelitian yang dapat penulis ajukan sebagai salah satu usaha untuk meningkatkan produksi dan penjualan dalam memasarkan suatu barang sehingga dengan demikian diharapkan tujuan dari pada perusahaan untuk mendapatkan keuntungan akan dapat tercapai dengan lebih maksimal.

## PENUTUP

### Kesimpulan

- 1) Proses kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Annur Advertising Banjarmasin bisa dikatakan sangat sederhana yaitu dengan cara hanya melakukan promosi langsung kepada pelanggan, bersifat dari mulut ke mulut saja, jadi kegiatan pemasaran melalui media yang lain sangat jarang dilakukan oleh Annur Advertising Banjarmasin.
- 2) Dalam pencapaian tujuan yang sudah direncanakan oleh perusahaan selalu mengalami permasalahan yaitu rencana penjualan tidak dapat terealisasi dimana hal ini dapat dilihat pada penurunan penjualan dari tahun ketahun.
- 3) Menurunnya penjualan tersebut disamping kurang dilaksanakannya kegiatan saluran distribusi yang benar juga dikarenakan kurang gencarnya promosi yang dilakukan pihak perusahaan, hal ini dikarenakan masih memakai pola sederhana dimana salah satunya saluran distribusi dilakukan dengan cara langsung, maksudnya (produsen ke konsumen). Selain itu juga promosi yang dilakukan oleh Annur Avertising Banjarmasin belum begitu baik dalam menjalankan pelaksanaannya.

### Saran-saran

- 1) Dalam usaha peningkatan omzet penjualan, maka sebaiknya Annur Advertising Banjarmasin perlu melakukan perbaikan pada saluran promosinya. Adapun promosi yang dapat disarankan oleh penulis disini adalah dengan cara memasang iklan pada media-media masa yang ada diwilayah kota Banjarmasin atau memanfaatkan jejaring sosial.
- 2) Pembinaan dalam perusahaan juga perlu untuk diperhatikan, pimpinan perusahaan dan segenap karyawan hendaknya meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja sehingga apa yang diharapkan akan terpenuhi baik berhubungan dengan kualitas produk maupun pelayanan terhadap konsumen, dengan demikian perusahaan akan mendapatkan laba yang diinginkan, bagi konsumen pelayanan yang memuaskan akan memberikan arti tersendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- ....., **Kamus Besar Bahasa Indonesia**, [Online], Tersedia di <http://bahasa.kemdiknas.go.id/kkbi/index.php>. Diakses 11 November 2017
- Andrian kusuma .2003.Analisis Strategi Pasar Untuk Meningkatkan Pesanan Cetakan Pada PT. Percetakan Rambang Palembang (tidak dipublikasikan)
- Basu Swasta dan T. Hani Handoko. 1999. Manajemen Pemasaran dan Analisis Perilaku konsumen, Edisi Kesatu, Jilid II, penerbit Liberti, Yogyakarta
- Fakultas Ekonomi, 2001., Pedoman Penulisan Dan Bimbingan Serta Ujian Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan, Banjarmasin
- Glueck, W.F. & Jauch, L.R., 2011., *Business Strategy and Strategic Management*, 4<sup>th</sup> ed., Chapt. 1, Mc Graw- Hill.
- Hadari Nawawi, 2005., *Manajemen Strategik*, Gadjah Mada Pers, Yogyakarta.
- Supriyono Nawawi, R. A., Drs., Ak., 2004., *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*, Bab I BPFE, Yogyakarta.
- Fred, R. David, 2007., *Strategic Management*, Edisi 12 buku penerbit Salemba.
- Boyd. Boyd, Walker, larreche, 2003., *Manajemen Pemasaran (suatu pendekatan Strategis dalam orientasi global)*, Erlangga, Jakarta.
- Daniel, 2004, *Pemasaran. Edisi Pertama*, Salemba Empat, Jakarta.

Sastrominoto, suyatno, *Pengantar ekonomi Sumber Daya Manusia, Jakarta, FE-Ui, 1985*