

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN PADA BENAWA DIGITAL PRINTING BANJARBARU**

NAMA : DELLA RAHMALIANA
PEMBIMBING 1 : Hj.Lamsah,SE,MM
PEMBIMBING II : Hj.Farida Yulianti,SE,MM
EMAIL. :Della.rahmaliana1@gmail.com

**UNIVERSITAS ISLAM KALIMANTAN (UNISKA)
MUHAMMAD ARSYAD AL-BANJARI**

ABSTRAK

Penulis melakukan penelitian ini pada Benawa Digital Printing Banjarbaru. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi apa yang diterapkan oleh perusahaan Benawa Digital Printing Banjarbaru dan memberikan sumbangan pemikiran mengenai Strategi pemasaran yang harus dilakukan agar meningkatkan volumen penjualan pada Benawa Digital Printing Banjarbaru menggunakan teori dari Philip Khotler Marketing Mix 7P

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah secara deskriptif jenis penelitian deskriptif adalah digunakan jika peneliti ingin memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai suatu fenomena, baik itu fenomena yang sedang berlangsung saat ini maupun fenomena yang sudah terjadi di masa lalu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa belum efektifnya strategi pemasaran *Product, Promotion, People* yang berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan pada Benawa Digital Printing Banjarbaru

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Teori Philip Khotler Marketing Mix 7P (
*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical
Evidence,Process*)

ABSTRACT

The author conducted this research on Banjarbaru's Benawa Digital Printing. The purpose of this study is to identify what strategies are applied by the Banjarbaru Benawa Digital Printing company and contribute ideas about the marketing strategy that must be done in order to increase sales volumen on the Banjarbaru Benawa Digital Printing using a theory from Philip Khotler Marketing Mix 7P

The data analysis technique used in this study is descriptive type of descriptive research is used if the researcher wants to provide a more complete picture of a phenomenon, both the current phenomenon and the phenomenon that has occurred in the past.

The results of the study show that the product, Promotion, People marketing strategy has not been effective in increasing sales volume in Banjarbaru's Benawa Digital Printing

Keywords: Marketing Strategy, Philip Khotler Marketing Mix 7P Theory (
Product, Price, Place, Promotion, People, Physical
Evidence, Process)

PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan industri percetakan mengalami peningkatan yang cukup pesat. Era globalisasi menuntut manusia untuk memiliki mobilitas yang tinggi. Sejak diberlakukannya pasar bebas di Indonesia, membuka arus perdagangan barang atau jasa menjadi tidak terbatas. Kebutuhan akan jasa iklan promosi semakin meningkat untuk memenuhi kebutuhan perusahaan.

Banyaknya perusahaan yang semakin berkembang ini berpengaruh terhadap persaingan tiap perusahaan untuk mendapatkan pangsa pasar, dan berlomba –lomba melakukan pemasaran yang menarik agar dapat memikat minat para konsumen. Sering dijumpai banyak iklan di media massa sekarang yang saling menyerang secara tidak langsung. Hal ini dapat dijumpai, misalnya pada persaingan design telekomunikasi pada perusahaan Samsung dan Apple. Sangat ketatnya persaingan itu sehingga ke-dua perusahaan itu saling berlomba–lomba untuk memproduksi gadget hampir bersamaan dan model yang hampir sama juga. Ketatnya persaingan bisnis memicu perusahaan untuk meningkatkan pemasaran lebih gencar. Pemasaran salah satu cara perusahaan mengenalkan produk–produknya ke konsumen. Untuk mengkomunikasikan produk, perusahaan mengkomunikasikan melalui media cetak salah satunya. Media cetak memiliki keunggulan dalam hal biayanya yang relatif lebih murah dibanding media promosi lainnya. Alasan lainnya media cetak dapat menentukan isi dan desain sesuai target yang dituju agar tepat sasaran. Tidak bisa dipungkiri pada kenyataannya hampir semua bisnis pada tingkatan manapun selalu memerlukan cetakan untuk melakukan komunikasi pemasaran. Keberadaan jasa percetakan tidak hanya memudahkan masyarakat umum namun juga bagi pelaku bisnis. Para pelaku bisnis, terutama pelaku bisnis yang memerlukan jasa iklan atau promosi termasuk iklan atau informasi dari pemerintah melalui media cetak. Melihat banyaknya jasa percetakan yang ada membuat pengusaha bersaing untuk memaksimalkan peluang tersebut.

Munculnya persaingan dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif mendorong perusahaan untuk cerdas mengambil strategi dalam memenangkan persaingan, perusahaan dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang menjadi keinginan konsumen, serta berbagai perubahan yang ada di lingkungan bisnis sehingga mampu bersaing.

Bedasarkan data Tingkat volume penjualan tidak stabil dan cenderung menurun Agar volume penjualan dapat meningkat serta mengingat pentingnya peranan strategi pemasaran yang perlu dijalankan dan dimaksimalkan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan, maka seharusnya Benawa Digital Printing Banjarbaru berusaha sedemikian rupa membenahi dan memperbaiki yang telah diterapkan selama ini,

Bedasarkan latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian sebagai berikut :

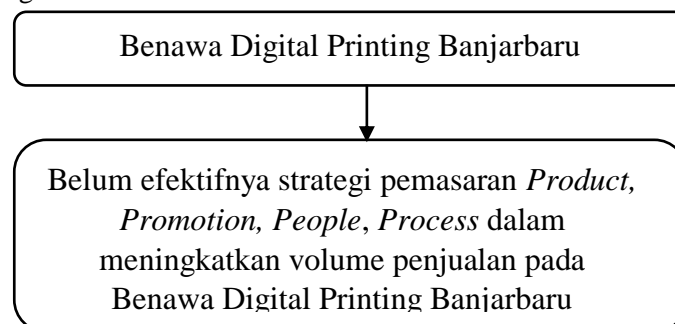
1. Bagaimana Strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan volume penjualan yang sekarang diterapkan pada Benawa Digital Printing Banjarbaru?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang seharusnya di gunakan Benawa Digital Printing Banjarbaru untuk menunjang upaya meningkatkan volume penjualan?

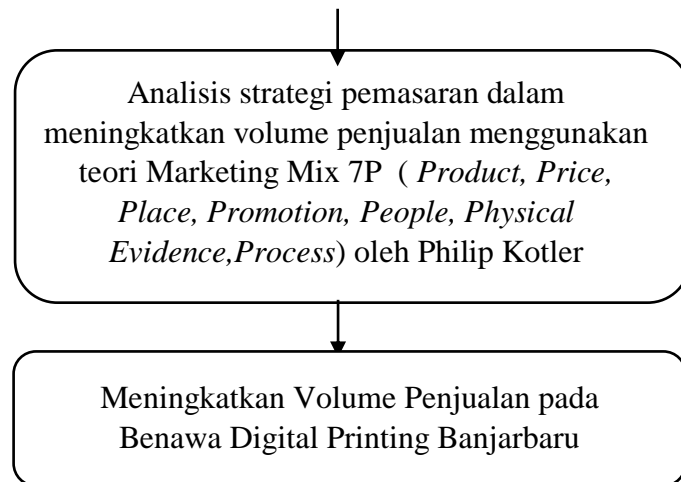
Bedasarkan masalah di atas maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengidentifikasi strategi apa yang diterapkan oleh perusahaan Benawa Digital Printing Banjarbaru.
2. Untuk memberikan sumbangan pemikiran mengenai Strategi pemasaran yang harus dilakukan agar meningkatkan volume penjualan pada Benawa Digital Printing Banjarbaru.

Sistematika Pembahasan

Bedasarkan latar belakang permasalahan, tujuan, manfaat penelitian yang sudah dikemukakan diatas, maka Sistematika pembahasan penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:





Adapun pengertian 7P menurut Kotler dan Armstrong dalam Tanzil (2014:7) yaitu :

1. *Product* (Produk) adalah mengelola unsur produk termasuk perencanaan dan pengembangan barang atau jasa yang tepat untuk dipasarkan dengan mengubah barang atau jasa yang ada dengan menambah dan mengambil tindakan yang lain yang mempengaruhi bermacam-macam barang atau jasa.
2. *Price* (Harga) adalah suatu sistem manajemen perusahaan yang akan menentukan harga dasar yang tepat bagi produk barang atau jasa dan harus menentukan strategi yang menyangkut potongan harga, pembauran ongkos angkut dan berbagi variable yang bersangkutan.
3. *Place* (Tempat) yakni memilih dan mengelola lokasi perdagangan yang dipakai untuk menyalurkan produk tersebut dan juga untuk melayani pasar sasaran, serta mengembangkan sistem distribusi untuk pengiriman dan perniagaan produk secara fisik.
4. *Promotion* (Promosi) adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan maupun publikasi melalui saluran media-media komunikasi seperti media massa, media cetak dan media elektronik.
5. *People* (Orang) adalah semua pelaku yang memainkan peranan penting dalam penyajian produk atau jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembelian. Elemen dari orang adalah pegawai perusahaan, konsumen dan konsumen lain. Semua sikap dan tindakan karyawan, cara berpakaian, dan penampilan karyawan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan penyampaian produk atau jasa yang dijual
6. *Physical evidence* (Bukti Fisik) merupakan hal nyata yang turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan. Unsur yang termasuk dalam secara fisik antara lain lingkungan atau bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya
7. *Process* (proses) adalah semua prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan produk. Elemen proses ini memiliki arti suatu untuk menyampaikan produk. Proses dalam produk merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran seperti pelanggan produk akan senang merasakan sistem penyerahan produk sebagai bagian produk itu sendiri.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif digunakan jika peneliti ingin memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai suatu fenomena, baik itu fenomena yang sedang berlangsung saat ini maupun fenomena yang sudah terjadi di masa lalu.

Pembahasan

Strategi pemasaran yang selama ini diterapkan Pada Benawa Digital printing

1) *Product (Produk)*

Benawa Digital Printing Banjarbaru memiliki 14 produk yang ditawarkannya kepada *customer*

Varian Produk Benawa Digital Printing

No	Produk
1	Cetak spanduk(<i>indoor/outdoor</i>).
2	Cetak stiker(<i>indoor/outdoor</i>).
3	Cetak nota.
4	Cetak kuitansi.
5	Cetak kartu nama.
6	Cetak kalender.
7	Cetak brosur <i>full colour</i> .
8	Cetak <i>Id card</i> .
9	Cetak buku-buku.
10	Cetak yasin.
11	Membuat <i>mug</i> .
12	Membuat <i>packaging</i> .
13	Membuat <i>buddy bag</i> .
14	Membuat <i>merchandise</i> .

Sumber: Benawa Digital Printing

2) *Price (Harga)*

Benawa Digital Printing Banjarbaru tidak memberlakukan minimum orderan untuk setiap orderan



ID CARD PVC 1 Sisi (Uk 8,6 x 5,5 cm) Rp. 15.000/Pcs			DISPLAY DIGITAL PRINT Stand X Banner (Uk. 160x60) Rp. 85.000/Pcs Roll Banner (Uk. 160x60) Rp. 250.000/Pcs
STEMPEL Flash (uk.standard) Rp. 100.000/Pcs Kayu (uk.standard) Rp. 60.000/Pcs	MERCENDAIS Pin (Uk. diameter 5,8) Rp. 5.000/pcs Gantungan Kunci (Uk. diameter 5,8) Rp. 6.000/Pcs Mug Uk. diameter 20x8 Rp. 25.000/Pcs Kaos Panjang Rp. 70.000/Pcs Pendek Rp. 60.000/Pcs + Sablon Rp. 70/cm	DIGITAL PRINT OUTDOOR FI 280 Rp. 25.000/m ² Korcin Rp. 45.000/m ² Backlite Rp. 45.000/m ² Stiker Oneway Rp. 65.000/m ² Ritrama Rp. 65.000/m ² Cloth Banner/ Satin Rp. 45.000/m ²	KARTU NAMA Rp. 50.000/Box 1 Sisi Rp. 80.000/Box 2 Sisi Rp. 20.000/Box + Laminasi
NOTA DAN KERTAS 1 Rim (Minimal Order) Rp. 130.000/Pcs ++ Garis Potong Rp. 30.000/Rim ++ Nomerator Rp. 20.000/Pcs ++ 1 Warna Rp. 20.000/Pcs Art Papper (Uk. 48x32) 1 Sisi Rp. 10.000/Pcs 2 sisi Rp. 18.000/Pcs HVS (Uk. 42x29,7) 1 Sisi Rp. 6.000/Pcs 2 sisi Rp. 10.000/Pcs	CUTTING STIKER 1 Warna Rp. 50/cm ² +Tambah Warna Rp. 20/cm ²	NAME TAG PVC + Peniti (Uk. 8x2 cm) Tanpa Resin Rp. 35.000/Pcs Dengan Resin Rp. 45.000/Pcs	DIGITAL PRINT INDOOR FI 280 Rp. 60.000/m ² Korcin Rp. 120.000/m ² Backlite Rp. 120.000/m ² Ritrama Rp. 95.000/m ² Graflex Rp. 100.000/m ² Pvc Rp. 100.000/m ² Albatros Rp. 100.000/m ²

Untuk Harga Reseller atau langganan di berlakukan harga khusus

3) *Place* (Tempat)

Benawa Digital Printing Banjarbaru terletak di pusat jantung kota Banjarbaru yang beralamat di Jalan Delima No. 7 Banjarbaru Kalimantan Selatan.. lokasi yang sangat strategis bagi pelanggan.Strategis yang dimaksud merupakan gambaran bahwa tempat tersebut lebih enak dijangkau, memberikan rasa nyaman.

4) *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan salah satu bentuk agar mana perusahaan semakin hari semakin bertambah pula dengan pelanggannya karena dengan promosi yang baik maka citra perusahaan akan terangkat dan menambah daya tarik konsumen.

Promosi yang dilakukan pihak Benawa Digital Printing Banjarbaru sangatlah bervariasi. Berikut promosi yang sudah dilakukan Benawa Digital Printing:

1. Spanduk disetiap Lokasi Usaha yang dimiliki keluarga besar Benawa pasti memiliki spanduk, untuk menginformasikan tentang Benawa Digital Printing
2. Banner untuk menginformasikan produk terbarunya.
3. Brosur untuk menginformasikan untuk menjadi *partner*
4. Media Sosial
5. Radio, pemasangan iklan pada saat bulan puasa.
6. Acara sosial, seperti Halal Bihalal, dakwah atau pengajian, kunjungan ke panti asuhan, kunjungan atau undangan dan kunjungan Mahasiswa.
7. Melampirkan label atau info di setiap hasil produksi

5) *People* (Orang)

Setiap perusahaan pasti memiliki orang yang mengerakkan atau menjalankan kegiatan usaha. Benawa Digital Printing juga memiliki orang handal yang menjalankan usahanya, seperti sales counter, customer service, Desainer, tenaga cetak,.

6) *Process* (Proses)

Process (proses pelayanan) merupakan prosedur atau pemroduksian jasa tersebut, yang biasanya terdapat tahapan-tahapan mulai dari awal pembelian jasa sampai terjadinya kepuasan atau kekecewaan pelanggan.Hal ini sangat perlu di perhatikan karena menyangkut kualitas layanan sebuah perusahaan jasa.

7) *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Physical Evidence (bukti fisik) meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan pendukung jasa, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian, dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi, dan penampilan karyawan.

Bukti fisik pada Benawa Digital Printing yaitu memiliki gedung tempat pendukung jasa tersebut yang didalamnya terdapat ruang yang disediakan untuk menjual jasa seperti pada gambar dibawah ini:



Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa Benawa Digital Printing Tempat yang memadai memiliki banyak tempat duduk untuk konsumen dan memiliki ruangan desain tersendiri dan personil yang banyak , selain itu ruangan dilengkapi pendingin ruangan (*Air conditioner*).

2. Strategi pemasaran yang seharusnya di Benawa Digital Printing Banjarbaru untuk menunjang upaya meningkatkan volume penjualan

1) *Product* (produk)

Dari segi produk Benawa Digital Printing Banjarbaru bisa mempertahankan produk-produk yang sudah ada akan tetapi jika dibandingkan dengan pesaingnya, akan tetapi harus lebih mengembangkan produknya seperti Sablon kaos, papan nama dan lainnya

2) *Price* (harga)

Dari segi harga (*price*) Benawa Digital Printing Banjarbaru mempunyai harga Standar dan diskon untuk para pelanggan tetap atau reseller. Memberi bonus kepada para pelanggan atau semacam hadiah.

3) *Place* (Tempat)

Dari segi tempat Benawa Digital Printing Banjarbaru bisa menambah cabang atau gerai dan melihat dari potensi daerah tersebut. Survey terhadap daerah-daerah potensi agar secepatnya dilakukan pembukaan gerai, penawaran langsung didaerah tersebut bagi yang ingin bekerjasama dengan perusahaan.

4) *Promotion* (Promosi)

Dari segi promosi Benawa Digital Printing Banjarbaru bisa menambah promosinya lagi seperti mengenalkan produk yang sudah ada dan juga mempromosikannya di media cetak atau radio di perbanyak lagi, kebijakan-kebijakan perusahaan yang dikeluarkan agar disampaikan kepada pelanggan, melakukan kerjasama ke berbagai perusahaan atau instansi untuk menawarkan produknya

5) *People* (Orang)

Dari segi orang Benawa Digital Printing Banjarbaru perlunya Karyawan dapat mempromosikan atau memberitahukan kepada konsumen tentang Promosi yang sedang ada di Benawa Digital Printing Banjarbaru, layanan yang disediakan dan kebijakan-

kebijakan dari perusahaan untuk pelanggan tersampaikan dengan baik. Dengan konsumen mengetahui promosi yang dilakukan oleh Benawa Digital Printing Banjarbaru dapat menarik minat konsumen untuk melakukan percetakan membuat volume penjualan meningkat, karyawan yang rapi, sopan, cantik serta para desainer yg kreatif agar hasil yang di dapat lebih menarik bagi konsumen.

6) *Process* (proses)

Dari segi proses Benawa Digital Printing Banjarbaru bisa lebih mempercepat pekerjaan proses cetak sehingga bisa memberikan kenyamanan kepada konsumen, informasi proses cetak dari awal pemesanan sampai akhir pengambilan, sehingga tidak ada pengerjaan yang tertunda.

7) *Physical Evidence* (bukti fisik)

Dari segi bukti fisik Benawa Digital Printing Banjarbaru agar lebih mempersiapkan stok barang, menambah kursi tunggu, menambah perangkat komputer, mesin cetak dengan kualitas terbaik dan standar ruangan untuk yang nyaman, dan tempat parkir luas.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh penerapan strategi pemasaran pada perusahaan Benawa Digital Printing Setelah menganalisis dan mengobservasi tempat perusahaan tersebut, peneliti mencocokkan antara teori strategi Marketing Mix 7P dengan kejadian yang terjadi di Benawa Digital Printing dan menyimpulkan bahwa :

1. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Benawa Digital Printing adalah strategi Produk (*Product*), harga (*Price*), promosi (*Promotion*), dan tempat (*place*).
2. Strategi pemasaran pada Benawa Digital Printing yang seharusnya diterapkan atau ditingkatkan kembali yaitu strategi produk (*Product*), promosi (*Promotion*), orang (*People*), proses (*Process*)

Saran

1. Benawa Digital Printing diharapkan melakukan kerjasama pada perusahaan-perusahaan dan Instansi pemerintahan serta kerjasama untuk menjadi reseller.
2. Melakukan promosi di media elektronik maupun media cetak dengan mencantumkan promosi potongan harga, keuntungan menjadi Reseller *membership*, dan menyediakan layanan antar jemput. Promosi penjualan perusahaan perlu dilakukan lebih beragam karena promosi dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian. Apalagi sekarang ini, promosi penjualan sangat mempengaruhi tingkat volume penjualan dalam perusahaan.
3. Diharapkan seluruh staf dibagian *sales counter*, *costumer service* dan *Desainer* dapat *ditraining* dalam hal pelatihan etika, *soft skill* memahami dan mengerti Pedoman dan Syarat Pelayanan Benawa Digital Printing agar seluruh produk, *service* dan mampu meningkatkan kinerja agar dapat membantu menginformasikan kebijakan perusahaan tentang promosi yang ada pada Benawa Digital Printing agar memuaskan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchory., dan Saladin, Djaslim. 2010. *Manajemen Pemasaran : Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi Dan Tanya Jawab*. Bandung : CV. Linda Karya
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Basu Swastha Dharmmesta. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPF: Yogyakarta.

Kotler Philip, dan Gary Amstrong. 2014. Principles Of Marketing, Globa Edition, 14 Edition, Pearson Education.

Kotler Philip dan Kevin L. Keller, 2012. Manajemen Pemasaran Edisi 14, Global Edition. Pearson Prentice Hall.

Kotler,Philip, dan Kevin Lane Keller, 2012, Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13, Erlangga ; Jakarta

Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2014), Principles of Marketin, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.

Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.