



PENYULUHAN PEMASARAN SABUN CAIR HASIL INDUSTRI MASYARAKAT DESA MALIGAS TONGAH TANAH JAWA KABUPATEN SIMALUNGUN

Sotarduga Sihombing

Dosen Pendidikan Ekonomi FKIP UHKBP N Pematangsiantar
sotarduga.sihombing@yahoo.com

ABSTRAK

Tujuan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah dalam rangka memberikan wawasan dan pemahaman terkait strategi pemasaran sebuah produk. Kegiatan ini melibatkan stakeholder perguruan tinggi dan sejumlah pegeiat usaha UMKM produk sabun cair hasil industri. Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa terdapat sejumlah strategi pemasaran yang relevan dan cocok dan yang paling penting Melakukan strategi pemasaran harus dilakukan dengan rencana yang matang agar bisnis/kegiatan usaha berjalan lebih efektif. Jangan lupa juga melakukan pembukuan agar keuangan Anda lebih terkontrol. Jika pembukuan keuangan pada kegiatan usaha berantakan, tentunya ini akan mengakibatkan pelaporan keuangan yang tidak benar dan akan berdampak yang tidak baik untuk kesehatan bisnis atau usaha bagi Anda sendiri selaku pemilik usaha atau pemangku kepentingan lainnya

Kata Kunci: Pemasaran Sabun, Strategi Pemasaran

Diterima 2021-09-16, Ditelaah: 2021-09-18, Diterima: 2021-09-18

A. PENDAHULUAN

Strategi pemasaran merupakan segala jenis langkah dan upaya untuk memasarkan, memperkenalkan dan menghasilkan penjualan produk. Produk dapat merupakan berbagai macam jenis dari barang maupun jasa. Strategi pemasaran dilakukan dengan teknik dan strategi tersusun agar penjualan produk dapat sesuai target hingga melampaui target yang diharapkan.

Perlu dilakukan strategi pemasaran karena perusahaan atau organisasi akan membutuhkan target penjualan atas produk yang mereka tawarkan. Masuknya pendapatan dari pemasaran ini kemudian digunakan sebagai kas operasional perusahaan. Tanpa strategi yang baik maka penjualan akan sulit dioptimalkan dan pemasukan kas akan berkurang.

Pemasaran merupakan strategi bisnis dalam menjual produk. Agar produk yang dijual mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, strategi pemasaran yang diterapkan juga harus oke. Pada era sekarang, pemasaran menjadi jantung dari sebuah usaha. Tanpa pemasaran yang baik, mustahil rasanya untuk menjual produk kepada konsumen. Perputaran barang pun tidak akan terjadi kalau bagian pemasaran mengalami hambatan. Meskipun era sudah berubah, teknik pemasaran yang digunakan tidak harus menggunakan cara yang canggih. Anda sebagai pelaku

bisnis diperbolehkan untuk tetap menggunakan cara klasik. Bahkan, cara klasik dianggap lebih ampuh untuk memasarkan produk dibandingkan cara modern.

B. TUJUAN STRATEGI PEMASARAN

Tujuan strategi pemasaran yaitu:

- 1) Untuk peningkatan kualitas koordinasi atau komunikasi antar individu dalam tim pemasaran dan unit-unit perusahaan yang menciptakan nilai dalam produk. Hal ini dilakukan agar produk dapat dioptimalkan dalam diberlakukannya strategi pemasaran.
- 2) Dapat digunakan sebagai alat ukur atas pencapaian pemasaran dan efisiensi produk dalam membantu kebutuhan konsumen. Dengan saling mengkomunikasikan maka dapat ditemukan data meliputi efisiensi kinerja perusahaan. Strategi pemasaran dapat digunakan sebagai bahan evaluasi perusahaan.
- 3) Sebagai landasan logis dalam mengambil keputusan pemasaran. Dari data yang dihasilkan melalui implementasi strategi pemasaran. Perusahaan dapat mengambil kebijakan dan keputusan terbaik untuk mencapai target perusahaan atas produk atau jasa yang ditawarkan.
- 4) Merupakan langkah efektif dalam menyikapi perkembangan dan perubahan dunia pemasaran yang fluktuatif. Dengan mengimplementasikan strategi pemasaran maka perusahaan dapat menghadapi perubahan dengan tenang dan mengambil langkah strategis. Melihat perubahan sebagai sebuah peluang baru dan menciptakan positioning yang tepat dimata pasar yang dituju.

C. BEBERAPA STRATEGI PEMASARAN SECARA TRADISIONAL YANG JADI TREN HINGGA SEKARANG

1) Pemasaran Face to Face

Pemasaran secara face to face atau tatap muka mungkin sudah ketinggalan zaman karena pemasaran produk secara online dianggap lebih efektif, efisien, dan mudah. Namun, pemasaran dengan mengunjungi pelanggan sangatlah efektif. Selaku penjual, kita bisa menunjukkan barang kepada konsumen. Mereka juga dapat melihat seperti apa kualitas barang yang dijual. Dengan begitu, tidak ada kekecewaan saat produk sudah dibeli.

2) Melayani dengan Sepenuh Hati

Penjual harus selalu bersikap sabar dalam menghadapi konsumen. Pertanyaan yang diajukan konsumen harus dijawab dengan sepenuh hati. Sebanyak apa pun pertanyaan tersebut, usahakan untuk memberikan penjelasan secara detail agar konsumen tidak berulang kali menanyakan hal yang sama. Saat memasarkan produk, penjual sering kali menemukan calon konsumen yang rewel dan banyak pertanyaan. Namun, tetap dilayani dengan sepenuh hati ya. Ingat, "pembeli adalah raja". Tanpa adanya pembeli, mustahil kalau bisnis bisa berjalan lancar.

3) Memberikan Diskon Cuma-Cuma

Konsumen mana yang tidak tergiur dengan namanya diskon? Pemberian diskon hanya boleh diberikan apabila konsumen membeli dalam jumlah yang banyak. Bisa

juga saat pembelian sudah mencapai batas minimum. Misalnya, pembelian Rp 500.000 akan mendapat diskon Rp 50.000, berlaku kelipatan. Dengan adanya pemberian diskon seperti ini, dijamin konsumen pasti akan melirik usaha yang kita jalankan.

4) Branding Produk

Branding produk juga sangatlah penting. Tujuannya untuk memperkenalkan produk yang kita jual kepada masyarakat. Alhasil, wawasan masyarakat lebih luas tentang apa yang kita jual. Mereka juga lebih tahu spesifikasi lengkap dari barang tersebut. Saat melakukan branding, pelaku bisnis juga harus menjelaskan apa saja perbedaan antara produknya dengan produk lain. Adanya keunikan dalam sebuah produk membuat produk tersebut cepat laku.

5) Kemasan Produk

Kemasan produk yang menarik sering ditemukan pada barang-barang online. Mulai dari plastik pembungkus, kotak, hingga merchandise yang bertuliskan logo dari e-commerce yang bersangkutan. Berbanding terbalik dengan pemasaran face to face yang biasanya hanya dibungkus plastik hitam polos. Agar bisnis yang dijalankan kelihatan lebih berkkelas, mulailah untuk mengemas produk sedemikian rupa. Kemasan yang menarik akan meningkatkan antusiasme pembeli terhadap barang yang dijual. Dengan begitu, barang menjadi cepat laku.

6) Pendekatan secara Personal

Ada banyak cara untuk mendekati konsumen secara personal. Misalnya, menilai pelayanan, memberikan like, quiz, voucher, juga mengabari konsumen terkait barang baru yang dijual. Adanya hubungan secara personal membuat kedekatan antara penjual dan pembeli meningkat. Dengan begitu, pembeli acapkali merasa lebih nyaman. Kepercayaan pembeli juga akan meningkat karena sudah ada hubungan dekat diantara keduanya.

7) Cepat Tanggap

Cepat tanggap merupakan metode pelayanan untuk meningkatkan rasa kepercayaan konsumen terhadap penjual. Alangkah baiknya jika pertanyaan yang diajukan konsumen dibalas dengan cepat. Kalau pun penjual tidak bisa menjawab, beritahu konsumen agar bersedia menunggu jawaban yang diharapkannya.

8) Menunjukkan Barang Langsung ke Konsumen

Tips ini berlaku saat menjual produk secara offline. Dengan menunjukan barang secara langsung, pembeli dapat melihat kualitas dari barang yang dibelinya. Ia juga dapat melihat barang tersebut secara detail tanpa meragukan bentuk dan kualitasnya. Apabila usaha yang dijalankan berbasis online shop, usahakan untuk menunjukkan gambar yang real atau nyata agar pembeli tidak merasa tertipu saat barang tersebut sampai di tangannya.

D. FUNGSI STRATEGI PEMASARAN

1) Strategi pemasaran dapat memberikan motivasi kepada manajemen untuk melihat atau melakukan persepsi masa yang akan datang dengan lebih optimis dan berbeda. Sehingga setiap unit dan team di dapat saling menjaga

keberlangsungan perusahaan/kegiatan usaha dalam jangka waktu yang panjang.

- 2) Menciptakan koordinasi pemasaran yang efektif dan efisien. Strategi pemasaran berguna dalam mengatur jalannya perusahaan/kegiatan usaha sehingga membentuk tim koordinasi yang lebih efektif dan tepat sasaran. Setiap perusahaan/kegiatan usaha memiliki strategi pemasaran tersendiri yang menjadikan satu perusahaan/kegiatan usaha lebih unggul dari perusahaan/kegiatan usaha lainnya dalam suatu target pasar Namun dengan menjalankan strategi pemasaran yang baik dan jelas serta selalu dioptimalkan maka dapat dihasilkan strategi pemasaran yang efektif.
- 3) Perumusan tujuan. Perusahaan atau kegiatan usaha yang baik dan optimal memiliki tujuan dan target yang jelas sesuai visi misi yang akan dicapai. Dengan strategi pemasaran kegiatan usaha akan terbantu dalam menciptakan visi dan misi dan menjalankannya dengan optimal. Strategi pemasaran dalam jangka pendek maupun jangka panjang akan sangat menentukan tercapainya tujuan yang akan dicapai.
- 4) Keempat dengan adanya strategi pemasaran maka perusahaan/kegiatan usaha memiliki alat pengawasan kinerja dan standar pengukuran prestasi pekerjaan yang dilakukan. Pengawasan kegiatan anggota atau karyawan akan lebih mudah, efektif dan efisien dipantau untuk mendapatkan mutu dan kualitas kerja erbaik.

E. PENUTUP

Melakukan strategi pemasaran harus dilakukan dengan rencana yang matang agar bisnis/kegiatan usaha berjalan lebih efektif. Jangan lupa juga melakukan pembukuan agar keuangan Anda lebih terkontrol. Jika pembukuan keuangan pada kegiatan usaha berantakan, tentunya ini akan mengakibatkan pelaporan keuangan yang tidak benar dan akan berdampak yang tidak baik untuk kesehatan bisnis atau usaha bagi Anda sendiri selaku pemilik usaha atau pemangku kepentingan lainnya.

REFERENSI.

- Jaba, Sitepu. 2017. Perkembangan Pemasaran Dari Masa ke Masa (online), (<https://pakarkomunikasi.com/perkembangan-pemasaran-dari-masa-ke-masa>).
- Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran. edisi 4. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Karunia, Saputra Hidayat. 2018. Evolusi Strategi Pemasaran Tradisional Menuju Metode Modern (online), (<https://www.jurnal.id/id/blog/mengenali-media-yang-digunakan-dalam-strategi-pemasaran-tradisional>)
- Muhammad, Amirullah. 2017. Kelebihan Serta Kekurangan dari Pemasaran Tradisional dan Pemasaran Online (online), (<https://www.suryasemesta.com/blog/artikel-4/post/kelebihan-serta-kekurangan-dari-pemasaran-tradisional-dan-pemasaran-online-18>).