

Meningkatkan Penjualan Toko Muthia Plastik Dengan Menganalisa Strategi Penjualan di Masa Pandemi

**Agnes Tasya¹, Mega Wahdini², Rahmatul Azizah³
Riva Nada Candry⁴, Ramdani Bayu Putra⁵**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang
Jl. Raya Lubuk Begalung, Kota Padang

Email : agnestasya1998@gmail.com¹, megawahdini2@gmail.com², rahmatulazizah0907@gmail.com³, rivanadachandry@gmail.com⁴, ramdanibayuputra@gmail.com⁵

RIWAYAT ARTIKEL

Received: 2022-02-01

Revised : 2022-03-31

Accepted: 2022-03-31

KEYWORD

Sales Increase, Sales Strategy
Analysis, Pandemi

KATA KUNCI

Peningkatan Penjualan, Analisa
Strategi Penjualan, Pandemi

ABSTRACT

This research aims to fulfill the PBL (Project Base Learning) assignment of the entrepreneurship course and to find out: 1) Increase sales at Muthia Plastik Shop by Analyzing Sales Strategies. 2) Marketing strategies that must be applied to increase product sales at Muthia Plastik Shop. This study uses descriptive qualitative research methods because it provides a description of the research results in a descriptive manner, accurate images and facts from observations in the field. Which then draws conclusions from the analyzed data. Direct observation at the location. The results of this study show: 1). The marketing strategy of Toko Muthia Plastik uses the 4p marketing mix to increase product sales, namely product strategy, price strategy, distribution or location strategy and promotion strategy. 2). The marketing strategy that must be carried out to increase sales at Toko Muthia Plastik is to maximize the promotion strategy, namely placing banners in front of the store so that they can be seen by potential customers, and advertising through social media such as Instagram to increase sales.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi tugas PBL (*Project Base Learning*) mata kuliah kewirausahaan dan untuk mengetahui: 1) Meningkatkan penjualan pada Toko Muthia Plastik dengan Menganalisa Strategi Penjualan. 2) Strategi pemasaran yang harus diterapkan untuk meningkatkan penjualan produk di Toko Muthia Plastik. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif karena memberikan uraian pada hasil penelitian secara deskriptif, gambar dan fakta yang akurat dari hasil pengamatan di lapangan. Yang kemudian ditarik kesimpulan dari data yang di analisis tersebut. Observasi langsung di lokasi. Hasil penelitian ini menunjukkan: 1). Strategi pemasaran Toko Muthia Plastik menggunakan bauran pemasaran 4p untuk meningkatkan penjualan produk yaitu strategi produk, strategi harga, strategi distribusi atau lokasi dan strategi promosi. 2). Strategi pemasaran yang harus dilakukan untuk meningkatkan penjualan pada Toko Muthia plastik adalah dengan memaksimalkan strategi promosi yaitu memasang spanduk di depan toko agar dapat dilihat oleh calon konsumen, dan memasang iklan melalui media sosial seperti Instagram untuk meningkatkan penjualan.

1. Pendahuluan

Tujuan didirikannya suatu usaha adalah untuk memperoleh keuntungan sehingga usaha tersebut dapat berkembang secara berkelanjutan. Untuk memperoleh laba yang berkelanjutan, usaha harus mampu bersaing dengan meningkatkan penjualan, menjaga kualitas dan meningkatkan pelayanan. Dalam hal ini untuk meningkatkan penjualan, umkm harus memanfaatkan persaingan untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya dan menjaga loyalitas pelanggan, sehingga kelangsungan usaha dapat berkelanjutan dan dapat bersaing.

Selain itu, untuk mendapatkan pelanggan sebanyak-banyaknya, setiap umkm memiliki metode dan strategi yang berbeda-beda. Penggunaan cara-cara tersebut dalam pemasaran disebut strategi pemasaran. Jika umkm tidak mengembangkan strategi pemasaran yang tepat, maka umkm tidak akan dapat berkembang, karena setiap umkm harus dapat menentukan metode dan strategi yang tepat agar pada akhirnya dapat bersaing dan merebut pasar yang ada.

Salah satu bentuk strategi pemasaran yang dapat mendukung pemasaran produk untuk mempertahankan usahanya adalah penggunaan strategi pemasaran, yang meliputi “harga, produk, promosi, lokasi/distribusi, personel, proses, dan bukti fisik” (Prinasa 2017; 38). Faktor-faktor dalam strategi pemasaran merupakan variabel-variabel yang diharapkan dapat mempertahankan usaha, atau dengan kata lain variabel-variabel tersebut akan mempengaruhi usaha umkm untuk mempertahankan usahanya.

Terwujudnya loyalitas pelanggan akan berdampak pada peningkatan penjualan sehingga dapat terus mempertahankan eksistensi bisnisnya. Setiap toko berusaha untuk memenangkan dan mempertahankan pelanggan sebanyak mungkin dengan memenuhi kebutuhan semua pelanggan. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan tersebut, harus dilakukan strategi yang tepat. Jika strategi saat ini hanya untuk mempertahankan loyalitas konsumen, maka diperlukan strategi baru untuk meningkatkan penjualan toko plastik di masa depan, tidak hanya untuk mempertahankan konsumen, tetapi juga untuk mencoba memperluas pangsa pasar yang dapat dicapai.

Contohnya seperti pada penelitian yang kami lakukan pada Toko Muthia Plastik yang terletak di Pasar Lubuk Buaya, Padang yang terkena imbas dari covid-19 yang terjadi saat ini. Sehingga menyebabkan penjualan menjadi menurun karena

mengalami kesulitan dalam melaksanakan strategi pemasaran di masa pandemi.

Berdasarkan latar belakang tersebut diketahui bahwa dalam meningkatkan penjualan toko plastik tersebut perlu melakukan strategi pemasaran yang tepat. Oleh karena itu penulis melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “**Meningkatkan Penjualan Toko Muthia Plastik Dengan Menganalisa Strategi Penjualan**”

2. Metode Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan penelitian deskriptif kualitatif karena memberikan uraian pada hasil penelitian secara deskriptif, gambar dan fakta yang akurat dari hasil pengamatan di lapangan. Yang kemudian ditarik kesimpulan dari data yang di analisis tersebut. Peneliti mengambil Objek Toko Muthia Plastik dikarenakan adanya beberapa pertimbangan.

Yang pertama, Usaha di bidang plastik ini merupakan usaha yang menurut peneliti produk yang diperdagangkan tanpa masa exp, jadi usaha ini dapat dikatakan minim untuk mengalami tidak balek modal kecuali dikarenakan hal lain. Dan yang kedua, dalam pemilihan tempat, menurut peneliti tempat yang dipilih oleh pemilik toko Muthia Plastik sangat strategis, karena berlokasi di pasar dan dikelilingi para pedagang yang akan menjadi target konsumen bagi Toko Muthia Plastik.

3. Hasil Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti melalui wawancara dan observasi langsung dengan pemilik Toko Muthia Plastik, maka peneliti menyimpulkan hasil penelitian yang tertuju pada rumusan masalah berikut :

a. Meningkatkan penjualan pada Toko Muthia Plastik dengan Menganalisa Strategi Penjualan

1) Strategi produk (produk).

Produk yang berhubungan dengan pemasaran adalah titik sentral dari kegiatan pemasaran. Semua kegiatan pemasaran lainnya digunakan untuk mendukung pemasaran produk. Strategi produk yang diterapkan Toko Muthia Plastik dalam mengembangkan produk adalah fokus pada kualitas produk yang dijual. Produk yang bermutu tinggi dan berkualitas akan menarik perhatian konsumen.

2) Strategi harga (Price).

Harga juga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan bauran pemasaran.

Harga merupakan pertimbangan yang sangat penting, mengingat harga merupakan salah satu alasan mengapa produk yang ditawarkan dijual. Salah menentukan harga akan berdampak pada keseluruhan produk yang ditawarkan dan berujung pada buruknya penjualan produk di pasar. Toko Plastik Rezeki Borneo Bahri Banjarbaru menawarkan harga yang sangat terjangkau dan juga harga grosir sehingga memudahkan konsumen untuk mendapatkan harga yang lebih murah karena membeli dalam jumlah banyak.

3) Strategi Penempatan

Dilihat dari tempat yang dipilih oleh pemiliknya, yaitu di kawasan Pasar Raya Lubuk Buaya, Kota Padang memiliki lokasi yang strategis untuk mengembangkan bisnisnya, tak heran jika Toko Muthia Plastik mudah ditemukan sehingga memudahkan konsumen untuk menjangkau lokasi toko tersebut.

4) Strategi Promosi (Promotion)

Promosi yang dilakukan oleh pemilik toko muthia plastik adalah dengan menggunakan media papan nama yang diletakkan di depan toko muthia plastik dan membagikan brosur serta kartu nama toko kepada calon konsumen. Harapan untuk meningkatkan penjualan dengan mempromosikan penjualan melalui media tersebut.

b. Strategi pemasaran yang harus diterapkan untuk meningkatkan penjualan produk di Toko Muthia Plastik.

Di masa pandemi COVID-19 saat ini, pendapatan Toko Muthia Plastik mengalami penurunan, ditambah dengan kurangnya kegiatan promosi di Toko Muthia Plastik yang menyebabkan penurunan penjualan toko plastik. Di masa pandemi covid-19 saat ini, penggunaan media sosial seperti Instagram untuk promosi online seharusnya menjadi jalan keluar bagi UMKM (usaha mikro, kecil dan menengah). Seperti yang kita ketahui, penggunaan media sosial untuk promosi sudah ada sejak lama, karena mengikuti perkembangan zaman, salah satunya adalah media sosial Instagram. Media sosial Instagram sangat populer di masyarakat luas karena tidak hanya berisi foto atau video, tetapi juga memuat berbagai informasi yang dapat digunakan oleh masyarakat luas. Salah satunya adalah platform atau forum tempat para pelaku bisnis mempromosikan bisnisnya.

Di masa pandemi covid-19 saat ini, berbagai usaha telah banyak menggunakan media sosial untuk promosi online untuk mempromosikan bisnis mereka. Bagi umkm yang aktif memasarkan produknya melalui media sosial, hal ini akan meningkatkan penjualan. Mengingat pandemi covid-19 saat ini banyak orang yang tidak bisa keluar rumah, sehingga semakin gencar promosi online maka minat konsumen semakin besar.

Dimasa pandemi ini, yang bisa dilakukan Toko Muthia Plastik untuk menarik minat konsumen adalah dengan aktif mempromosikannya melalui media sosial (instagram). Namun hal tersebut menjadi kendala terbesar bagi Toko Muthia Plastik. Karena kurangnya penguasaan pemasaran melalui media sosial (instagram), strategi pemasaran yang mereka terapkan mengalami kendala, yang berdampak pada peningkatan penjualan mereka.

4. Penutup

- a. Strategi pemasaran Toko Muthia Plastik untuk meningkatkan penjualan sudah berjalan dengan lancar, namun strategi pemasaran perlu lebih ditingkatkan melalui bauran pemasaran.
- b. Strategi pemasaran yang harus diterapkan oleh Toko Muthia adalah dengan memasukkan strategi pemasaran ke dalam strategi promosinya yaitu promosi online melalui media sosial seperti Instagram dan media sosial lainnya. UMKM juga bisa menggunakan layanan influencer marketing untuk melengkapi strategi promosi online.

5. Daftar Pustaka

- Aminah. (2019). *Analisis strategi pemasaran usaha kerajinan rotan dalam meningkatkan penjualan pada Molek Pengrajin Rotan di Banjarbaru*. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjary, Banjarmasin.
- Basu, S. D. H., & Irawan. (2012). *Manajemen pemasaran modern* (Edisi ke-2). Yogyakarta: Liberty Offset.
- Indra Wijaya, & Iriani, S. S. (2013). Pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(3), 911.
- Abdurrahman, & Herdiana, N. (2018). *Manajemen strategi pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Dasar-dasar pemasaran* (Edisi kesembilan). Jakarta: PT Indeks.

- Suciati, P., & Maulidiyanti, M. (2019). Kekuatan 7P bauran pemasaran terhadap pilihan mahasiswa berkuliah di program pendidikan.
- Swastha, B. (2011). *Manajemen penjualan*. Jakarta: Erlangga.
- Widharta, W. P., & Sugiharto, S. (2013). Penyusunan strategi dan sistem penjualan dalam rangka meningkatkan penjualan Toko Damai. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–15. Surabaya.



© 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution Share Alike (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).