

# **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA TB. SINAR KELUARGA BANJARMASIN**

**Anti Yulianie**

**[Yulianie\\_anti@gmail.com](mailto:Yulianie_anti@gmail.com) / 0823 5201 0974**

## **ABSTRAK**

Pada era perdagangan saat ini fungsi pemasaran merupakan salah satu faktor utama dalam perkembangan usaha, karena masing-masing perusahaan berusaha memantapkan posisi pasar bagi produk yang dijual serta berusaha meningkatkan kemampuan bersaing dengan perusahaan lainnya. Tugas dan tanggung jawab bagian pemasaran pada dasarnya berpusat pada pemasaran suatu produk atau jasa tersebut dan perusahaan itu sendiri mendapatkan keuntungan atau laba yang diinginkan.

TB. Sinar Keluarga Banjarmasin adalah perusahaan perorangan yang menjual bahan bangunan yang berdiri kurang lebih 19 tahun ini. TB. Sinar Keluarga Banjarmasin mengalami kenaikan volume penjualan dan mengalami penurunan volume penjualan pada tahun-tahun tertentu, setelah dilakukan penelitian dan analisa ternyata penurunan volume penjualan berkaitan dengan kurangnya promosi pada perusahaan tersebut. Promosi yang dilakukan oleh TB. Sinar Keluarga Banjarmasin hanya sebatas mengandalkan promosi dari mulut ke mulut (konsumen) yang pernah membeli produk tersebut dan juga pemasangan X-Banner didepan toko.

Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi sebagai perusahaan yang menjual bahan bangunan harus mengambil langkah-langkah khususnya strategi pemasaran yang efektif. Sehingga manajemen harus melakukan terobosan baru dalam kegiatan pemasarannya. Sehingga volume penjualan dapat meningkat dan juga menstabilkan volume penjualan yang sempat mengalami penurunan pada TB. Sinar Keluarga Banjarmasin.

***Kata Kunci :Strategi Pemasaran***

## **ABSTRACT**

Anti Yuliane, NPM 15.31.0252 “ ANALISYS STRATEGY OF MARKETING TO INCREASING SALES VOLUME ON TB. SINAR KELUARGA BANJARMASIN “ years 2019.

Thesis Faculty of Economics Management Study Program University of Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin (UNISKA).

In the current trade era the marketing function is one of the business developments, because each company seeks to establish a market position for products that are sold and try to improve the ability to compete with other companies. Assigment and responsibilities of the marketing department are basically centered on the marketing of a product or service and the company itself gets a benefit or desiret profit.

TB. Sinar Keluarga Banjarmasin is an individual company that sells building materials that have stood for approximately 19 years. TB. Sinar Keluarga Banjarmasin experienced an increase in sales volume and a decrease in sales volume in certain years, after doing research and analysis it turned out that the decrease in sales volume was related to the lack of promotion in the company, promotion carried out by TB. Sinar Keluarga Banjarmasin is

limited to relying on word of mouth (consumers) promotions that have purchased the product and also the installation of ex-banners in front of the store.

To overcome the problems faced as companies that sell building materials must take steps, especially effective marketing strategies. so management must make a new breakthrough in its marketing activities. so that the volume of sales can increase and also stabilize the volume of sales that had experienced a decline in TB. Sinar Keluarga Banjarmasin.

***Key Word : Strategy, Marketing***

## **PENDAHULUAN**

Usaha adalah sesuatu bentuk yang dapat menghasilkan uang dan dapat meningkatkan taraf hidup seseorang untuk lebih baik. Suatu badan usaha yang kita jalankan dapat menghasilkan laba atau pendapatan yang semaksimal mungkin, kita menyelenggarakan usaha yang bermanfaat dan menguntungkan dalam kesejahteraan hidup. Selain itu, dalam menjalankan usaha harus mengikuti hukum-hukum ekonomi rasional serta norma-norma kebiasaan dalam dunia usaha sehingga dapat membantu pembangunan yang sedang dilaksanakan oleh pemerintah. Manusia yang selalu membutuhkan makan, pakaian dan perumahan ternyata dapat menciptakan berbagai peluang usaha yang menjanjikan. Bisnis makanan, bisnis pakaian serta bisnis properti menjadi contoh peluang usaha yang muncul seiring permintaan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pokok. Salah satu bisnis yang berkembang saat ini adalah bisnis properti, kebutuhan masyarakat akan tempat tinggal menjadikan peluang usaha properti tidak hanya fokus membangun rumah dan menjualnya saja. Masih banyak peluang dalam bisnis properti yang dapat dicoba, salah satu bisnis yang mendukung kebutuhan properti seperti bisnis bahan bangunan juga memiliki prospek pasar yang cukup besar. Karena selama masih ada pembangunan rumah, kantor, sekolah, serta gedung lainnya bahan bangunan seperti besi, semen, cat, keramik dan kayu akan terus dibutuhkan dipasar.

TB. Sinar Keluarga merupakan sebuah perusahaan perorangan yang membantu masyarakat untuk mendapatkan bahan-bahan bangunan secara mudah dan murah untuk menciptakan pembangunan yang lebih maju bagi masyarakat. Dengan dukungan kuat dan pengembangan yang berkualitas dalam usaha bahan bangunan, segmen usaha yang dikelola oleh perusahaan bangunan ini menyediakan berbagai macam keperluan bahan bangunan terutama semen.

## **METODE**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif, yaitu data yang dikumpulkan bentuk kata-kata, gambar, bukan angka-angka. Menurut Bogdan dan Taylor sebagaimana yang dikutip oleh Lexy J. Moleong, penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Sementara itu, penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian

yang ditujukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun rekayasa manusia

Metode yang digunakan oleh penulis dalam mengumpulkan data adalah, Penelitian kepustakaan, yakni penelitian dengan cara membaca dan mempelajari referensi atau literatur yang relevan agar diperoleh landasan teoritis yang akan digunakan sebagai pedoman pemikiran dalam penulisan skripsi ini. Penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilaksanakan dengan cara terjun langsung ke objek penelitian guna memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah, Observasi yaitu suatu teknik dalam pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian guna mendapatkan gambaran yang jelas terhadap subjek penelitian. Interview yaitu mengadakan tanya jawab dengan pihak-pihak terkait yang memberikan penjelasan atau keterangan yang diinginkan, sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Dokumentasi yaitu teknik memperoleh data dengan cara pengumpulan data, peneliti dan mempelajari dokumen atau catatan dan laporan-laporan yang ada diperusahaan. Analisa data yaitu dilakukan dengan berpedoman pada data yang diperoleh dari Field Research (penelitian lapangan) dengan menggunakan metode kualitatif, yang mengumpulkan data-data perusahaan dalam hubungan dengan masalah yang dibahas, kemudian dihubungkan dengan teori-teori strategi pemasaran.

Pada analisis data, dapat kembali kelapangan untuk mencari tambahan data yang dianggap perlu dan mengolahnya kembali, Suyanto dan Sutinah (2006 : 173), mengatakan pengolahan data dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan cara mengklasifikasikan atau mengkategorikan data berdasarkan beberapa tema sesuai fokus penelitian. Jenis penelitian kualitatif ini tidak harus dilakukan saat semua data terkumpul atau pengolahan data selesai, tetapi data sementara yang terkumpul dapat dilakukan analisa data secara bersamaan.

Pengolahan data dilakukan berdasarkan pada setiap perolehan data dari catatan lapangan, direduksi, dideskripsikan, kemudian ditafsirkan. Prosedur analisis data terhadap masalah lebih difokuskan pada upaya menggali fakta sebagaimana adanya (*natural selling*), dengan teknik analisis pendalaman kajian (*verstegen*).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Penerapan Marketing Mix yang Dilakukan oleh Perusahaan Terhadap Volume Penjualan

TB. Sinar Keluarga Banjarmasin mengalami penurunan, hal ini terjadi karena banyaknya persaingan antar toko yang berada dilokasi yang samadan untuk promosinya sangat kurang. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan yang dapat dilihat sebagai berikut :

#### 1) Produk

Produk yang dijual oleh TB .Sinar Keluarga adalah bahan bangunan seperti semen merek Tiga Roda yang diproduksi oleh PT. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk (Indocement). Sebagian besar pabrik berada dipulau Jawa, sepuluh diantaranya berlokasi di Citeureup, Bogor, Jawa Barat yang menjadikannya salah satu kompleks pabrik semen terintegritas terbesar didunia. Sementara dua pabrik lainnya ada di Palimanan, Cirebon, Jawa Barat dan satu lagi di Tarjun, Kotabaru Kalimantan Selatan. Setelah melewati pemeriksaan kemudian akan dikirimkan ketoko-toko bangunan yang ada di Banjarmasin termasuk TB. Sinar Keluarga Banjarmasin.

Produk yang dijual oleh TB. Sinar Keluarga Banjarmasin harus disesuaikan dengan segmen pasar, selera dan minat konsumen karena mengingat semen sangat dibutuhkan pada masa sekarang ini seiring bertambahnya bangunan yang ada dikota maupun didesa.

#### 2) Harga

Produk-produk yang dijual oleh TB. Sinar Keluarga Banjarmasin dari segi barang cukup dengan jenis produk yang lain, disini TB. Sinar Keluarga Banjarmasin memanfaatkan jumlah omset pengambilan barang yang digunakan untuk negosiasi HPP (Harga Pokok Penjualan) sehingga dengan omset yang tinggi maka potongan pembelian yang diberikan oleh pemasok lebih besar dan produk yang dijual adalah jenis produk yang sudah memasyarakat (sudah dikenal masyarakat).

#### 3) Distribusi

Lokasi tempat TB. Sinar Keluarga Banjarmasin berada cukup strategis dan menunjang dari segi pemasaran, hal ini dikarenakan tempatnya berada dipinggir jalan sehingga semua orang yang lewat dapat melihat langsung toko tersebut.

#### 4) Promosi

Promosi yang telah dilakukan oleh TB. Sinar Keluarga Banjarmasin sendiri masih kurang karena selama ini pihak perusahaan hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut (konsumen) yang sudah pernah membeli produk yang dihasilkan dan dilakukan pada saat konsumen datang ke toko juga hanya pemasangan X-Banner didepan toko.

Adapun peningkatan promosi yang dilakukan oleh pihak perusahaan dapat berupa gabungan dari bauran promosi ataupun pelaksanaan dari salah satu atau beberapa unsur-unsur bauran promosi saja, gabungan dari bauran promosi yang mungkin dilakukan oleh TB. Sinar Keluarga Banjarmasin adalah dengan memberikan peningkatan terhadap pelaksanaan personal selling dan publisitas.

Sedangkan peningkatan promosi melalui beberapa unsur dari bauran promosi dapat dilakukan dengan jalan memperkuat bentuk-bentuk promosi yang telah dilakukan oleh perusahaan masih sebatas pada personal selling dan publisitas tersebut ditingkatkan maka konsumen akan lebih mengenal perusahaan dan produknya serta mereka akan memberikan promosi secara tidak langsung dari mulut ke mulut pada calon konsumen lainnya.

Satu hal yang perlu diingat oleh TB. Sinar Keluarga Banjarmasin bahwa peningkatan strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan harus dilakukan dengan melihat pada keadaan dan pangsa pasar yang ada, sehingga risiko yang tidak diinginkan dapat diantisipasi terlebih dahulu.

## 2. Pembahasan

Strategi pemasaran merupakan hal yang penting bagi perusahaan dimana merupakan suatu cara untuk mencapai tujuan perusahaan. TB. Sinar Keluarga Banjarmasin merupakan salah satu dari sekian banyak penjual bahan bangunan yang ada di Banjarmasin, dimana segala aktivitas dan kebijaksanaan perusahaan dilakukan secara internal dengan menyesuaikan keadaan pasar atau bahkan pada permintaan konsumen.

Strategi pemasaran selama ini dilakukan oleh TB. Sinar Keluarga Banjarmasin memang belum mencakup pada unsur-unsur marketing mix seperti yang diterapkan oleh perusahaan lainnya yang mempunyai situasi dan kondisi perusahaan yang berbeda, seperti melihat bahwa selama ini pihak TB. Sinar Keluarga Banjarmasin berusaha melakukan strategi pemasaran sebagai berikut:

### 1) Menetapkan Jenis Produk Jual

Dengan memberikan spesifikasi produk secara langsung maupun tidak langsung, perusahaan telah menetapkan pula strategi pemasaran yang membeda-bedakan pasar, dimana perusahaan hanya melayani beberapa kebutuhan kelompok konsumen tertentu dengan jenis produk tertentu pula. Strategi pemasaran yang membeda-bedakan pasar yang dilakukan oleh perusahaan juga mengarah pada kegiatan pemasaran dan sumber daya perusahaan menjadi efektif dan efisien, karena sumber daya yang ada meskipun dalam jumlah terbatas dapat digunakan secara optimal untuk memenuhi permintaan pasar.

Selain itu dengan menetapkan jenis produk, perusahaan menetapkan pula volume (jumlah) pengambilan barang sesuai segmen penjualan yang dilakukan, sehingga produk yang dijual mencapai target penjualan karena penentuan pengambilan atau pemilihan produk yang tepat sesuai keinginan konsumen.

### 2) Menetapkan Harga Jual

Harga secara umum dapat diartikan sebagai jumlah uang yang diperlukan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk perusahaan setelah melakukan spesifikasi produk dan membatas jumlah harus memperhatikan unsur lain dari marketing mix, yaitu harga idealnya, harga barang juga diterapkan TB. Sinar Keluarga Banjarmasin berdasarkan kebijakan pimpinan atau perkembangan pasar serta selera konsumen.

Adapun penetapan harga pada TB. Sinar Keluarga Banjarmasin masih dipengaruhi oleh biaya pemasaran karena pemasaran yang dilakukan oleh TB. Sinar Keluarga Banjarmasin bukanlah pemasaran besar-besaran, sehingga biaya pemasaran menjadi pertimbangan utama dalam menetapkan harga produk. Contohnya 1 sak semen Tiga Roda 50kg mempunyai harga pasar Rp 53.000,- yang dijual oleh TB. Sinar Keluarga Banjarmasin, ada sedikit perbedaan harga dengan perusahaan lainnya tetapi perbedaan harganya tidak jauh beda sekitar Rp 1000,- saja. Konsumen yang membeli semen tersebut tidak dapat potongan harga karena meningkat keuntungannya yang sedikit dan setiap pembelian diatas 10 sak semen mereka mengantar semen kepada pelanggan tidak dipungut biaya lagi, terkecuali konsumen yang membeli dibawah dari 10 sak semen akan dikenakan biaya antar sekitar Rp. 10.000,-

### 3) Menetapkan Saluran Distribusi

Dalam pemasaran, selain sebagai penyalur barang distribusi juga bisa diartikan sebagai tempat atau lokasi penyaluran barang sehingga sampai ke tangan konsumen TB. Sinar Keluarga Banjarmasin dalam hal ini telah menetapkan tempat penjualannya yang berada di Jl. Sultan Adam Banjarmasin Utara.

Tempat penyimpanan dan berlokasi didaerah juga sama yakni ditempatkan ditoko dalam gudang dan juga didisplay untuk menunjukkan barang-barang yang dijualnya sehingga konsumen lebih mudah dalam memilih produknya.

### 4) Menetapkan Strategi Promo

Sebagai alat pemberi dan penyampaian informasi dari perusahaan kepada masyarakat luas mengenai produk yang dijual oleh perusahaan .Promosi mempunyai variabel-variabel yang disebut periklanan, personal selling, publisitas dan promosi penjualan.

Selama ini yang dilakukan oleh TB. Sinar Keluarga Banjarmasin melalui personal selling dan promosi

penjualan yang dilakukan oleh karyawan terhadap konsumen yang datang ke toko. Promosi penjualan dan personal selling yang dilakukan oleh pihak perusahaan dalam taraf standar perusahaan.

### 3. Strategi Bauran Pemasaran yang Sebaiknya Dilakukan oleh TB. Sinar Keluarga Banjarmasin dalam Meningkatkan Volume Penjualan

Setelah mencermati kondisi bidang pemasaran dan juga dengan mempelajari strategi marketing mix yang merupakan pedoman perusahaan TB. Sinar Keluarga Banjarmasin dalam mengendalikan kegiatan pemasarannya agar tercapai perolehan laba yang maksimal melalui peningkatan volume penjualan. Penulis akan menguraikan strategi marketing mix yang sebaiknya diterapkan untuk meningkatkan volume penjualan pada TB. Sinar Keluarga Banjarmasin.

#### 1) Sebagai Perusahaan Distributor

Perusahaan dapat lebih fleksibel dan dapat memenuhi penyediaan produk yang beragam untuk kepuasan para konsumen. Dengan kemampuan perusahaan menyediakan jenis produk berkualitas dan jenis produk yang lengkap, tentunya akan dapat menarik konsumen dari berbagai kalangan untuk melakukan pembelian.

Perusahaan harus melakukan strategi produk untuk mengupayakan ketersediaan produk yang diinginkan konsumen, menyediakan produk yang berkualitas dan menjual berbagai macam merek, semakin lengkap produk yang ditawarkan kepada konsumen maka semakin besar pula peluang perusahaan memenangkan persaingan pasar dengan para kompetitor lainnya.

Untuk menjamin kepuasan konsumen TB. Sinar Keluarga Banjarmasin memberikan pelayanan pengiriman barang ketempat tujuan dengan baik tanpa ada kerusakan pada produk yang dibeli oleh konsumen.

#### 2) Strategi Harga

Kebijakan penetapan harga yang diterapkan oleh TB. Sinar Keluarga Banjarmasin telah menetapkan kebijakan harga yang sangat spekulatif bagi keberhasilan pemasarannya, hal ini sangat mempengaruhi motivasi konsumen untuk membeli produk dan juga ingin menjadi pelanggan tetap pada TB. Sinar Keluarga Banjarmasin.

TB. Sinar Keluarga Banjarmasin belum menerapkan strategi harga seperti pemotongan harga kepada pelanggan tetap. Selanjutnya perusahaan perlu mempertimbangkan penerapan pada pemberian discount musiman. Sekecil apapun potongan harga yang diberikan biasanya mampu memberikan motivasi konsumen untuk membeli produk dan ingin menjadi pelanggan tetap pada TB. Sinar Keluarga Banjarmasin.

Dapat disimpulkan faktor-faktor harga yang dapat memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian produk pada TB. Sinar Keluarga Banjarmasin seperti, menetapkan harga murah dengan kualitas yang baik. Memberikan potongan harga kepada konsumen tetap serta memberikan jaminan pengembalian produk yang diberi mengalami kerusakan yang diakibatkan oleh perusahaan.

#### 3) Strategi Distribusi

Pada saat konsumen melakukan pembelian produk pada TB. Sinar Keluarga Banjarmasin perusahaan mengalami kekurangan stok/persediaan habis yang diinginkan oleh konsumennya, sehingga konsumen harus menunggu tiga hari atau lebih yang bisa mempengaruhi kepuasan konsumen yang lebih lanjut pada akhirnya akan berdampak pada volume penjualan.

Seharusnya pola jaringan distribusi yang dipilih oleh TB. Sinar Keluarga Banjarmasin haruslah menjamin kecepatan dan ketepatan pemenuhan kebutuhan konsumen. Sebab perusahaan harus selalu berusaha memenuhi para pelanggan dalam waktu yang secepat mungkin.

#### 4) Strategi Promosi

Strategi promosi yang sudah dilakukan oleh TB. Sinar Keluarga Banjarmasin memang masih belum maksimal promosi yang dilakukan hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut (konsumen) dan juga memasang X-Banner didepan toko.

Cara menggiatkan kegiatan promosi juga dapat dilakukan dengan cara lain, yaitu :

##### - Surat Kabar

Iklan koran dapat dipasang hanya sedikit pemberitahuan lebih dahulu dan cenderung tidak mahal, dibandingkan iklan radio dan televisi, kebanyakan koran metropolitan mempunyai bagian penjualan secara terpisah sebagai perluasan dari edisi hari minggu, memungkinkan pemesanan iklan mencapai pembaca yang ingin berbelanja sambil menawarkan produk yang ditawarkan.

##### - Papan Nama/Reklame

Dengan melalui promosi menggunakan papan nama yang dibikin desain semenarik seperti huruf, motif dan hiasan sehingga menarik dilihat konsumen sehingga terkesan dan menimbulkan keinginan untuk mengetahui produk.

##### - Iklan Elektronik

Setiap yang disiarkan oleh radio atau televisi dianggap sebagai iklan elektronik. Radio dan televise swasta seperti Banjar TV dan Duta TV yang jelas sudah berhasil mencapai pemirsa dalam jumlah besar, tetapi dengan

biaya yang cukup mahal dan dengan kemampuan kecil mencapai target kelompok konsumen khusus. Media elektronik menawarkan kelebihan daya tarik emosional yang kuat dan sejumlah besar kesan yang ditimbulkan.

## **PENUTUP**

### 1. Kesimpulan

- (1) Strategi pemasaran yang dilakukan oleh TB. Sinar Keluarga Banjarmasin yaitu dimana segala aktivitas akan kebijakan perusahaan dilakukan secara internal dengan menyesuaikan permintaan konsumen atau keadaan pasar yang dilakukan dengan strategi personal selling dan promosi.
- (2) Dapat dilihat bahwa tingkat penjualan pada TB. Sinar Keluarga Banjarmasin masih mengalami naik turun, hal ini terjadi karena banyaknya pesaing dan promosinya yang kurang.
- (3) Strategi promosi juga harus selalu mendukung walaupun harga dalam musim-musim tertentu saja, tapi sebaiknya perusahaan TB. Sinar Keluarga Banjarmasin memberikan peningkatan terhadap pelaksanaan personal selling dan publisitas sehingga orang lebih mengenal secara luas dan berminat pada produk yang ditawarkan.

### 2. Saran

- (1) TB. Sinar Keluarga Banjarmasin perlu melakukan strategi pemasaran yang lebih baik. Adapun pemasaran yang dapat disarankan oleh penulis adalah dengan cara memberikan selebaran kertas atau stiker untuk dibagikan kelilingnya masyarakat sekitarnya apabila sedang promosi berlangsung. Dan juga penulis anggap perlu apabila perusahaan membuat kalender setiap tahunnya yang bisa dibagikan kepada pelanggan sebagai kenang-kenangan, dengan demikian secara tidak langsung pemasaran dapat terjadi dengan baik.
- (2) Perusahaan perlu juga memperbaiki saluran distribusi barang yaitu saluran distribusinya yang cukup lama sampai ketoko sehingga stok barang ditoko sudah habis akan berpengaruh pada penjualan.
- (3) Pembenahan dalam perusahaan juga perlu diperhatikan, pemimpin perusahaan dan seluruh karyawan meningkatkan efektifitas dan efisiensi kerja sehingga apa yang diharapkan produk akan terpenuhi baik yang berhubungan dengan kualitas produk maupun pelayanan terhadap konsumen, dengan demikian perusahaan akan mendapatkan keuntungan laba sesuai dengan target perusahaan dan bagi konsumen pelayanan yang memuaskan akan memberikan arti tersendiri.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Moleong J Lexy, 2002, Metode Penelitian Kualitatif, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung  
Suyanto dan Sutinah, 2006, Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan, Prenada Media Group, Jakarta