



Plagiarism Checker X Originality Report

Similarity Found: 14%

Date: Wednesday, July 17, 2019

Statistics: 323 words Plagiarized / 2264 Total words

Remarks: Low Plagiarism Detected - Your Document needs Optional Improvement.

Analisis Kebijakan Bauran Pemasaran Pada PT.Erajaya Sinar Mentari Banjarmasin Mahrita Mahrita2507@gmail.com/081945470103 ABSTRAK Perusahaan PT.Erajaya Sinar Mentari Banjarmasin adalah salah satu perusahaan Distributor Tupperware di Banjarmasin. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 2013. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana bauran pemasaran yang dijalankan oleh perusahaan PT.Erajaya Sinar Mentari Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian deskriptif kualitatif dengan penggalan data lapangan. Dengan melakukan wawancara dan observasi kepada pimpinan perusahaan PT.Erajaya Sinar Mentari Banjarmasin. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa perusahaan PT.Erajaya Sinar Mentari Banjarmasin dalam meningkatkan bauran pemasarannya kurang tepat sehingga berpengaruh terhadap hasil penjualan. Kata Kunci : Analisis; Bauran Pemasaran.

ABSTRACT Erajaya Sinar Mentari Company of Banjarmasin is one of the Tupperware Distributor companies in Banjarmasin. The company was founded in 2013. The purpose of this research is to find out how the marketing mix is carried out by the company PT. Sinar Sinar Mentari Banjarmasin. This study uses a qualitative descriptive research design with field data extraction.

By conducting interviews and observations to the leadership of the company PT. Sinar Sinar Mentari, Banjarmasin. The results of this study are that the company PT. Sinar Sinar Mentari Banjarmasin in increasing its marketing mix is less precise so that it affects the sales results. Keywords: Analysis; Marketing Mix. PENDAHULUAN Sumarmi dan Soeprihanto (2010:274) menjelaskan, Bauran Pemasaran atau Marketing Mix adalah kombinasi atau variabel atau kegiatan inti dari sistem pemasaran yaitu produk (product),

harga (price), promosi (promotion), dan distribusi (place).

Dengan kata lain bauran pemasaran adalah kumpulan dari variabel yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk dapat mempengaruhi tanggapan konsumen.

Perusahaan PT.Erajaya Sinar Mentari Banjarmasin yaitu salah satu perusahaan distributor Tupperware di Banjarmasin yang menjual berbagai alat rumah tangga berbahan plastik merk Tupperware, Tupperware adalah nama merek terkenal dari peralatan rumah tangga yang terbuat dari plastik, wadah penyimpanan, wadah penyajian dan beberapa peralatan dapur yang diperkenalkan untuk khalayak umum sejak tahun 1946.

Peningkatan global menjadi sangat penting bagi perusahaan untuk memperhatikan kualitas produk baik berbentuk barang, jasa, dan pelayanan. Harga dan kualitas produk menjadi hal yang menentukan untuk mencapai penjualan yang diinginkan perusahaan, hal inilah yang mendorong masyarakat sebagai konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut. PT.Erajaya Sinar Mentari Banjarmasin yang menjadi anak cabang dari PT.Tupperware Indonesia berani memberikan jaminan dalam bentuk garansi seumur hidup terhadap produknya dengan harga yang terkesan mahal dalam strategi penjualannya.

Apalagi produk dari Tupperware menyentuh semua kalangan bukan hanya kalangan ibu-ibu rumah tangga dan produk untuk didapur saja seperti Serving (penyajian), Preparation (alat persiapan untuk memasak) dan Kitchen Organizer (penyimpanan), namun mulai dari produk untuk kebutuhan bayi dan anak-anak yang disebut Little Bee dan Tupperware Baby Kids bahkan ada juga produk untuk laki-laki yg disebut Tupperware Men. PT.Erajaya Sinar Mentari Banjarmasin yang menjadi anak cabang dari PT.Tupperware Indonesia berani memberikan jaminan dalam bentuk garansi seumur hidup terhadap produknya dengan harga yang terkesan mahal dalam strategi penjualannya.

Mereka merancang, membuat dan menyebarkan produk-produknya keseluruh dunia melalui perusahaan induknya Tupperware Brands Corporation yang berpusat di Orlando Amerika Serikat. Kemudian dipasarkan dengan metode penjualan langsung yang disering dikenal dengan julukan independent sales force yang saat ini tidak kurang dari 1.9 juta orang member tersebar diseluruh dunia.

Pada tahun 2013 pasar terbesar Tupperware adalah Indonesia kemudian disusul oleh Jerman, angka penjualan di Indonesia tahun itu mencapai lebih dari \$200 juta dengan 250.000 distributor dan perusahaan PT.Erajaya Sinar Mentari adalah salah satu distributor di Banjarmasin yang penulis jadikan sebagai objek penelitian ini. Untuk mengetahui kebijaksanaan Bauran Pemasaran yang tepat dan apakah ada pengaruhnya

kebijaksanaan Bauran Pemasaran dalam menghadapi pesaing. oleh PT.Erajaya Sinar Mentari. Tupperware mengawali strategi penjualan langsung yang disebutnya sebagai Tupperware Party.

Brownie Wise (1913-1992) adalah orang yang mengenalkan strategi ini (sebelumnya ia adalah seorang agen penjualan dari Stanley Home Products). Diawal tahun 1950an penjualan meledak hal ini dikarenakan pengaruh utama dari Brownie Wise pada wanita yang menjajakan Tupperware dengan memakai metode party tersebut. Bagi sebagian ibu-ibu plastik Tupperware ini hampir menggantikan semua peralatan didapur mereka mulai dari mengganti alat makan seperti piring dan gelas dari kaca menjadi produk plastik Tupperware agar tidak mudah pecah, dan cobek dari batu menjadi Turbochooper yang fungsinya sama dengan cobek yaitu untuk menghaluskan makanan namun lebih praktis dan sehat, kemudian ada Juice It yang menggantikan blender untuk membuat jus dan banyak lagi produk-produk lain dengan berbagai fungsi.

Kampanye peduli lingkungan belakangan ini menjadi trend dalam strategi pemasaran. Salah satu perusahaan yang tak mau ketinggalan menerapkan Green Campaign yakni produsen garansi seumur hidup bagi semua produk Tupperware. Jadi Tupperware menjamin produknya tidak bisa dibuang ditempat sampah karena bisa diganti.

Pemilik Tupperware hanya perlu membawa barang yang lama ataupun yang memiliki kerusakan wajar ke distributor-distributor terdekat. Karena memiliki kualitas yang baik, Tupperware berani memberikan garansi kesemua produknya seumur hidup (Lifetime Gurantee) terhadap kualitas dan kerusakan yang terjadi. Konsumen dapat langsung mengembalikan barang yang rusak tersebut ke kantor distributor terdekat apabila mengalami retak, mengelupas atau sumbing karena penggunaan normal. Menurut Ibu Rabiatul yang bekerja di kantor distributor PT.Erajaya Sinar Mentari Banjarmasin mengatakan bahwa ada produk yang tidak termasuk dalam garansi seumur hidup diantaranya adalah antara lain : Produk rusak karena gigitan tikus. Produk meleleh karena terkena api atau benda yang sangat panas yang kuat untuk jangka waktu lama sehingga memuai dan melengkung.

Produk pecah karena pukulan benda keras. Produk terkena noda makanan tertentu yang meninggalkan bekas warna atau noda. Sebagai produk rumah tangga yang berkualitas dan bermanfaat, peminat Tupperware rata-rata wanita atau ibu-ibu dan dari jaringan wanita inilah Tupperware berhasil dipasarkan.

Dalam memasarkan produknya Tupperware Indonesia berpegang pada filosofinya yaitu "Sharing and caring", "Devine and grow" and "Build people and people will build the bussiness". Dengan filosofi inilah Tupperware mengembangkan sayapnya. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data kualitatif meliputi gambaran umum perusahaan yang memuat sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, jenis kegiatan usaha, produk yang dijual, dan strategi yang hubungannya dengan masalah yang dibahas. Objek penelitian ini adalah PT.Erajaya Sinar Mentari Banjarmasin yang beralamat di JL.Veteran, No.05 RT.34, Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan.

Pengumpulan data dibagi dua jenis yaitu data primer dan sekunder dengan teknik penelitian Observasi yaitu Teknik pengumpulan data yang merupakan hasil dari pengamatan yang dilakukan dilapangan guna mencari data yang faktual dan akurat, Wawancara (Interview) merupakan Teknik pengumpulan data yang berdasarkan tanya jawab baik dengan pimpinan maupun karyawan perusahaan.

Dokumenter merupakan Teknik pengumpulan data dengan mempelajari dokumen-dokumen yang ada relevansinya dengan permasalahan yang sifatnya hanya tertulis. Penelitian Kepustakaan (Library Research) merupakan Metode ini dilakukan dengan mempelajari buku-buku dari literature, Undang-undang Peraturan Pemerintah serta acuan yang dianggap relevan untuk mendapatkan dasar teoritis terhadap masalah yang dibahas pada skripsi ini. HASIL DAN PEMBAHASAN Perusahaan PT.Erajaya Sinar Mentari Banjarmasin menerapkan beberapa kebijaksanaan guna menarik minat pembeli diantaranya: Kebijakan Produk (Product) Kebijakan Produk yang dilakukan oleh perusahaan PT.Erajaya Sinar Mentari Banjarmasin dalam pengembangan produk, bentuk, warna, kemasan, desain sudah cukup baik dilakukan.

Namun terkadang perusahaan mengeluarkan produk yang sama tapi dengan warna yang berbeda atau mengeluarkan kembali produk lama dengan warna yang berbeda sehingga konsumen merasa tidak ada sesuatu yang baru. Kebijakan Harga (Price) Dari kebijaksanaan bauran pemasaran dari perusahaan PT.Erajaya Sinar Mentari Banjarmasin ternyata kurang maksimal dalam menentukan harga.

Dalam kondisi sekarang ini memang relative sulit, karna disamping daya beli masyarakat sedang mengalami penurunan disebabkan munculnya produk-produk baru yang sekarang lebih terjangkau dengan model yang sama namun dengan kualitas berbeda sehingga produk Tupperware dalam dunia pemasaran kalah bersaing dengan produk merk lain. Sehingga solusi yang tepat bagi ibu-ibu kalangan menengah kebawah agar bisa membeli Tupperware dengan mudah adalah dengan cara melakukan pembayaran secara kredit atau dengan cara mengadakan arisan. Kebijakan Tempat (Place) Tempat dalam bauran pemasaran bisa disebut dengan saluran distribusi.

Saluran distribusi yang digunakan oleh perusahaan PT.Erajaya Sinar Mentari Banjarmasin

menggunakan saluran distribusi langsung, dimana produsen langsung ke konsumen atau industry pemakai. Disamping itu pemilihan tempat untuk kantor Distributor PT.Erajaya Sinar Mentari Banjarmasin yang strategis sehingga pemakai produk merk Tupperware banyak memiliki member dan pelanggan.

Kebijaksanaan Promosi (Promotion) Pada perusahaan PT.Erajaya Sinar Mentari Banjarmasin dalam melakukan persaingan harus lebih gencar lagi memperkenalkan maupun mempromosikan produknya didunia pemasaran baik melakukan media massa maupun media cetak sehingga produk bisa lebih dikenal lagi secara luas dan sampai ke pelosok desa untuk meningkatkan hasil penjualan.

Karna selama ini promosi yang dijalankan oleh perusahaan PT.Erajaya Sinar Menari Banjarmasin hanya melalui Stanley Home Party dan menjajakan dari rumah ke rumah saja tanpa adanya iklan di televisi atau radio. Konsep utama dalam pemasaran modern bauran pemasaran adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya dipasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari empat variable yang disebut 4P : Produk (product), Harga (price), Tempat (place), Promosi (promotion).

Variable-variable bauran pemasaran dapat dilihat, misalnya pada produk, barang dan jasa yang ditawarkan adalah yang berkualitas atau sesuai yang dijanjikan. Pada variable harga terhadap pelanggan akan disajikan harga yang kompetitif. Pada saluran distribusi, tidak boleh melakukan kecurangan terhadap pesaing lainnya pada promosi harus menghindari iklan yang berbau porno, bohong dan promosi yang menghalalkan segala cara. PT.Erajaya Sinar Mentari Banjarmasin menerapkan ke empat elemen tersebut dalam kegiatan pemasarannya.

Penggunaan masing-masing elemen akan semakin membantu perusahaan PT.Erajaya Sinar Mentari Banjarmasin dalam mengembangkan usahanya. Adapun penempatan bauran pemasaran perusahaan PT.Erajaya Sinar Mentari Banjarmasin adalah sebagai berikut : Produk Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan dan keinginan pasar yang bersangkutan. Adapun produk-produk yang dijual oleh perusahaan PT.Erajaya Sinar Mentari adalah semua alat rumah tangga berbahan plastik dari merk Tupperware.

Harga Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. PT.Erajaya Sinar Mentari Banjarmasin dalam menetapkan harga jual tidak selalu harus lebih tinggi dari harga pesaingnya, karena nanti dapat merusak harga yang telah ada dipasaran. Dalam menetapkan harga jual produk perusahaan PT.Erajaya Sinar

Mentari Banjarmasin dari segi jenis, merk, dan kualitas dari produk yang dijual.

Selain itu perusahaan PT.Erajaya Sinar Mentari Banjarmasin juga memberikan diskon kepada semua member Tupperware, akan tetapi bagi konsumen tidak diberikan diskon karena harga sudah tertera dikatalog. Tempat atau Saluran **Distribusi Distribusi adalah kegiatan yang harus dilakukan oleh pengusaha untuk menyalurkan, menyebarkan, mengirimkan, serta menyampaikan barang yang dipasarkannya itu kepada konsumen.** Saluran distribusi yang dilakukan perusahaan PT.Erajaya Sinar Mentari Banjarmasin adalah distribusi langsung yaitu menjual produk langsung kepada konsumen. Aspek lain dari distribusi adalah lokasi, perusahaan PT.Erajaya Sinar Mentari Banjarmasin dalam strategi tempat memilih lokasi yang dekat dengan pengguna kendaraan karena terletak di Jalan Veteran No.79 RT.011 Banjarmasin, jadi letaknya sangat strategis perusahaan PT.Erajaya Sinar Mentari Banjarmasin juga menyediakan tempat yang bersih dan nyaman bagi pelanggannya.

Promosi Promosi merupakan kegiatan bauran pemasaran **yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan diatas, baik produk, harga dan lokasi. Dalam kegiatam ini setiap perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk jasa yang dimilikinya baik langsung** ataupun tidak langsung. PT.Erajaya Sinar Mentari Banjarmasin melakukan strategi promosi untuk menarik minat konsumen dan mengenalkan usahanya supaya membeli disitu.

Adapun bauran promosi yang dilakukan oleh perusahaan PT.Erajaya Sinar Mentari Banjarmasin adalah sebagai berikut : Periklanan Merupakan suatu bentuk penyajian dan promosi dari **gagasan, barang atau jasa yang dibiayai oleh suatu sponsor tertentu yang bersifat non personal. Media yang sering digunakan dalam periklanan ini adalah radio, televisi, majalah dan surat kabar.**

Media yang digunakan oleh perusahaan PT.Erajaya Sinar Mentari Banjarmasin adalah dengan menyebarkan undangan, brosur dan memasang spanduk. Tujuannya agar bisa memperkenalkan produk kepasar yang lebih luas. Penjualan tatap muka Penjualan tatap muka **adalah presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan** calon pembeli atau lebih **yang ditujukan untuk menciptakan** penjualan.

Publisitas Publisitas adalah kegiatan promosi untuk memancing konsumen melalui kegiatan seperti assembly, pameran, bakti sosial, senam bersama, demo masak dan donor darah. PENUTUP Perusahaan PT.Erajaya Sinar Mentari Banjarmasin ini dipimpin oleh Ibu Chendra Kasih Teguh kepala Distributor Tupperware Banjarmasin yang sekaligus merupakan pemilik perusahaan yang berlokasi di Jalan Veteran, No.05 RT.34, **Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan.**

Jumlah penjualan produk memiliki hubungan yang kuat dengan tingkat volume penjualan, meskipun ternyata hubungan tersebut tidak signifikan. Artinya, masih ada faktor-faktor lain yang juga mempengaruhi volume penjualan tersebut seperti promosi, harga dan distribusi maupun kemasannya. Iklan merupakan pembawa pesan yang disampaikan oleh produsen kepada khalayak ramai.

Iklan menjangkau berbagai daerah yang sulit dijangkau secara fisik oleh produsen melalui siaran televisi atau radio. Periklanan dapat menambah kegunaan informasi pada suatu perusahaan dalam penawaran produk. Tinjauan yang lain mengatakan bahwa periklanan merupakan suatu alat untuk membujuk atau alat persuasi.

Promosi merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam manajemen untuk memasarkan produk yang akan dijual dan sering dikatakan sebagai proses berlanjut. Dikatakan proses berlanjut karena promosi dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan. Sebagai penutup dari penelitian ini berikut penulis sampaikan saran-saran yang mudah-mudahan akan bermanfaat khususnya bagi perusahaan PT.Erajaya Sinar Mentari Banjarmasin dan bagi kita semua pada umumnya.

Lebih mengintensifikan lagi promosi terhadap produk-produk terdahulu yang dengan model sama namun dengan tampilan warna yang berbeda dengan gaya promosi yang baru supaya konsumen masih merasa bahwa produk tersebut masih baru. Dengan peningkatan laba dari penjualan produk baru, perusahaan PT.Erajaya Sinar Mentari Banjarmasin bisa mengurangi laba dan penjualan produk terdahulu dengan memberikan potongan harga atau lebih murah untuk mengincar segmen pasar menengah kebawah maupun keatas, atau dengan harga tetap sehingga semangat dan motivasi bagian pemasaran bisa lebih meningkat lagi.

Lebih mengencarkan lagi promosi, baik untuk konsumen tingkat atas maupun dikalangan masyarakat bawah. Diperlukan manajemen yang baik dan sesuai dengan sehingga dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh suatu perusahaan. Manajemen yang baik merupakan langkah awal untuk memperoleh sukses dimasa yang akan datang berupaya agar usaha berjalan dengan baik dan dapat mencapai tujuan yang telah ditentukan. REFERENSI Buku 1 Penulis Abdul Rohim, 2015., Pengaruh Harga dan Garansi Seumur Hidup Dalam Membeli Produk Tupperware, UIN Walisongo Semarang.

Buku 2 Penulis Darmawan Saputra, 2005.,Kebijaksanaan Produk Minuman Beruap Merk Sari Rasa Marabahan,STIMI Banjarmasin. Buku 3 Penulis Muhammad Ideris, 2006., Analisis Kebijakan Promosi Pada Percetakan Karya Emas Banjarbaru, UNISKA

Banjarbaru.

INTERNET SOURCES:

-
- <1% - https://www.academia.edu/29530581/ANALISIS_MANAJEMEN_PENJUALAN_LION_WING_S
 - 1% - https://www.academia.edu/5715565/PENERAPAN_BAURAN_PEMASARAN
 - 1% - <https://popeyeolivetupperware.blogspot.com/>
 - 1% - <https://jualtupperwarediskon.wordpress.com/2016/07/10/jual-tupperware-2/>
 - <1% - https://www.academia.edu/31039032/MAKALAH_MANAJEMEN_PEMASARAN
 - 1% - <https://id.wikipedia.org/wiki/Tupperware>
 - 1% - <https://forummanajemen.blogspot.com/2014/>
 - 1% - https://www.academia.edu/8450971/ANALISIS_FAKTOR-FAKTOR_PENENTU_GREEN_PURCHASE_INTENTION
 - <1% - <https://skripsi-proposal.blogspot.com/2009/>
 - 1% - <https://palingmenarik.name/lainlain/2017/11/24-bengkel-mobil-di-kota-banjarmasin-ka-limantan-selatan.html>
 - <1% - <https://pengajar.co.id/data-adalah-pengertian-jenis-fungsi-metode-pengumpulan-data/>
 - <1% - <https://tama-anindita.blogspot.com/2017/07/contoh-proposal-skripsi-yang-baik-dan.html>
 - <1% - <https://andirudhan.files.wordpress.com/2007/05/perekonomian-indonesia.doc>
 - 1% - <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2011-2-00761-MC%20Bab2001.pdf>
 - <1% - <https://docplayer.info/399884-Pengaruh-kualitas-produk-desain-produk-dan-harga-terhadap-keputusan-pembelian-kopiah-merek-gading-gajah-gresik.html>
 - <1% - <https://johannessimatupang.wordpress.com/2009/09/27/metode-penelitian-pemasaran/>
 - <1% - <https://www.scribd.com/document/338953440/laporan-magang-pdf>
 - 1% - <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2007-3-00319-MN-Bab%202.pdf>
 - <1% - https://abstrak.ta.uns.ac.id/wisuda/upload/C0712027_bab2.pdf
 - 1% - <https://nizaryudharta.blogspot.com/2015/04/strategi-pemasaran-bank-muamalat-dalam.html>
 - 1% - <http://eprints.stainkudus.ac.id/135/5/5.%20BAB%20II.pdf>

<1% - <https://coecoesm.wordpress.com/2011/11/28/strategi-promosi-dan-periklanan/>
1% - <https://maeysoftskill7.blogspot.com/2013/>

<1% -

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/27948/Chapter%20II.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

<1% - <https://bahanpustakaula.blogspot.com/2013/10/>

<1% -

<http://eprints.ung.ac.id/942/3/2013-2-61201-261408026-bab2-11012014075607.pdf>

1% - http://eprints.dinus.ac.id/17647/1/jurnal_15044.pdf

<1% - <https://semaur.com/manajemen-adalah-pengertian-contoh-fungsi-dan-tujuan/>

<1% -

[http://annisadevyadewi.weebly.com/materi-klp-1/-pengantar-manajemen-perencanaan-an-strategis-pemecahan-masalah-dan-pengambilan-keputusan](http://annisadevyadewi.weebly.com/materi-klp-1/-pengantar-manajemen-perencanaan-strategis-pemecahan-masalah-dan-pengambilan-keputusan)