

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN HASIL JUAL BELI MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT PADA PRODUK SABUN CUCI PIRING PT. SINAR RAFLESIA SELATAN

¹Deyalni Marta Kentari, ²Rian Nespia, ³Liza Febriani,

⁴Mimi Kurnia Nengsih

¹²³⁴Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Email: deyaini07marta@gmail.com,

ABSTRACT

Research with the title Marketing Strategy of PT. Sinar Raflesia Selatan in increasing the results of buying and selling dish soap in Bengkulu City. The purpose of this study is to find out the marketing strategy carried out by PT. Sinar Raflesia Selatan in increasing the sale and purchase of dish soap. The marketing strategy is carried out in increasing the sales results of dish soap products and maintaining its existence in the face of business competition in Bengkulu City. Research uses a qualitative approach, namely research obtained from the field directly by collecting facts that are in accordance with the field, the instruments used in the research are interviews, observations and speakers. The timing of this study starts from November 2022. The results of this study are PT. Sinar Raflesia Selatan still uses traditional marketing strategies for the people of Bengkulu city.

Keywords : Marketing Strategy, Dish Soap, PT. Sinar Raflesia Selatan

PENDAHULUAN

Pembangunan Industri kreatif di Indonesia merupakan salah satu sektor yang mempunyai peranan penting dalam penggerak pertumbuhan ekonomi. Tuntutan perekonomian yang lebih efisien menyebabkan kebutuhan inovasi semakin besar, sehingga dikembangkanlah konsep ekonomi kreatif untuk menjawab tuntutan tersebut. Ekonomi kreatif adalah konsep ekonomi yang mengandalkan kreativitas individu dalam mengoptimalkan daya saing yang dimiliki. Landasan dasar dari ekonomi kreatif ini adalah dimana ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan input utama dalam mendorong pembangunan ekonomi dan menciptakan pertumbuhan ekonomi yang baik (Ginting et al., 2018).

Industri kreatif sebagai kegiatan ekonomi yang menjadikan kreativitas, budaya, warisan budaya dan lingkungan sebagai tumpuan masa depan yang dapat mengakselerasi pengembangan ekonomi dan bisnis. Industri kreatif merupakan pemanfaatan cadangan sumber daya terbarukan yang jumlahnya tak terbatas, yaitu ide, talenta, dan kreativitas. SDM kreatif adalah orang-orang yang menemukan dan menciptakan ide-ide baru, konten baru, metode, dan teknologi baru (Sartika et al., 2022). Usaha Mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah bentuk kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-undang. (SE.,M.Si, n.d.)

Salah satu kegiatan usaha yang bergerak dalam distribusi sabun cuci piring yang ada di Bengkulu yaitu cabang dari PT. Sinar Raflesia Selatan. Pertengahan tahun 2022 Berawal dari keinginan PT. Sinar Raflesia Selatan menciptakan sebuah produk dalam daerah yang mempunyai kualitas nasional tetapi dengan harga yang murah , kami mencoba melakukan eksperimen kecil membuat sabun cuci piring dengan belajar dari media sosial yang saat ini beredar di masyarakat terutamanya youtube, Selain melihat di berbagai media sosial kami

juga mengumpulkan sejumlah referensi dari berbagai buku yang berkaitan dengan usaha sabun cuci piring.

Selanjutnya dari berbagai sumber informasi yang kami peroleh, kami pun memulai membuat produk sabun cuci piring yang kami beri nama sabun cuci piring LBR (Lokak Baru) dan sempat kami coba melakukan tes pasar dengan kualitas seadanya namun belum mendapat sambutan yang baik dari konsumen masyarakat Bengkulu karena masih banyaknya kekurangan di sana sini. Dengan keyakinan perusahaan menemukan formula tersebut untuk berinisiatif melakukan pengurusan izin dan mengajukan uji kelayakan ke Kementerian kesehatan untuk mendapatkan izin edar (PKRT) dengan dibantu oleh salah satu perusahaan yang cukup terkenal di bidang kimia yaitu PT. Sinar Raflesia Selatan akhirnya mendapatkan izin edar dari kementerian tepat pada tanggal 15 November 2022 dan dengan mengusung merek baru NEWRITA dengan legalitas di bawah PT. Sinar raflesia selatan akhirnya sabun cuci piring yang merupakan hasil produksi Bengkulu dengan melibatkan ibu-ibu untuk memproduksi akhirnya sabun cuci piring kami mulai berani kami pasarkan kembali dan kini mulai diterima oleh masyarakat luas khususnya di Bengkulu.

Sebuah perusahaan tentu memiliki strategi pemasaran dengan tujuan dalam menempatkan kebutuhan pelanggan. Dengan adanya pemasaran maka dapat membangun sebuah omset penghasilan dalam jangka panjang dan dapat mempertahankan pelanggan karena menarik pelanggan baru. (M.Si & M.Si, 2019). Pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan sebuah organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi (M.Si & M.Si, 2019). Dalam melangsungkan pemasaran tentu harus memperhatikan analisis SWOT yang ada dalam ruangan perusahaan. Maka dari itu rumusan permasalahan dari penelitian ini bagaimana penerapan strategi yang dilakukan oleh PT. Sinar Raflesia Selatan dalam meningkatkan hasil jual beli dengan memperhatikan SWOT. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui penerapan strategi penjualan produk sabun cuci piring yang di produksi dari PT. Sinar Raflesia Selatan.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan cara menafsirkan fenomena yang terjadi. Penelitian kualitatif melakukan cara analisis datanya yang dilakukan secara induktif. Penelitian kualitatif tidak mencari data fakta tetapi mencari data kelengkapan (Setiawan, 2018). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. wawancara adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara bebas namun tetap berada pada pedoman yang sudah dibuat. Dalam kegiatan praktek magang ini mahasiswa melakukan wawancara secara langsung kepada pimpinan PT. Sinar Raflesia Selatan mengenai hal-hal yang bersangkutan dalam strategi pemasarannya. (Edi, n.d.).

Teknik observasi merupakan metode yang akurat dalam mengumpulkan data. Tujuannya adalah mencari informasi tentang kegiatan yang berlangsung kemudian dijadikan objek kajian penelitian. Pada kegiatan praktik magang ini mahasiswa melakukan observasi atau pengamatan secara langsung di PT. Sinar Raflesia Selatan (Semiawan, n.d.). Dengan teknik dokumentasi peneliti memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambaran yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dalam kegiatan praktek ini maka Mahasiswa mengumpulkan data mengenai informasi yang ada di PT. Sinar Raflesia Selatan dengan mengambil data dari buku, arsip, dokumen serta foto (Djaali, 2021). Hasil dari penelitian akan diuraikan sesuai dengan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang kemudian diolah kembali menjadi data yang utuh dalam pembuatan laporan.

HASIL DAN BAHASAN

PT. Sinar Raflesia Selatan adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang pengolahan bahan-bahan kimia. Perusahaan ini melakukan kegiatan produksi dalam menghasilkan sabun cuci piring yang masih diproduksi secara manual. Pembuatan produk sabun cuci piring ini menjadi ide kreatif untuk menghasilkan produk lokal.

Pemasaran menjadi salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam mengenalkan barang atau jasa dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Bidang pemasaran yang dilaksanakan oleh PT. Sinar Raflesia Selatan masih menggunakan cara tradisional dalam mengenalkan produk cuci piring yang mereka hasilkan. Cara tradisional yang digunakan yaitu dengan menyampaikan pesan dari mulut ke mulut dalam memperkenalkan produknya.

Bidang pemasaran yang dilakukan oleh PT.Sinar Raflesia ini belum menggunakan digital marketing atau menggunakan media sosial. Pihak manager belum berani untuk memutuskan pemasaran produk melalui media sosial ataupun jaringan online lainnya karena masih banyak komplek yang diberikan oleh para customer mengenai kualitas produk sehingga perlu diperbaiki. Dalam proses pemasaran Perusahaan ini juga belum menggunakan bantuan dari Brand Ambassador dan masih menggunakan cara yang sangat tradisional seiring dengan memperbaiki kualitas dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Perlu adanya peningkatan upaya yang dilakukan dalam strategi pemasaran sabun cuci piring yang diproduksi dengan memanfaatkan media sosial. Dengan memanfaatkan media sosial mak jangkauan promosi yang dicapai dapat menjadi lebih luas. Adapun manfaat menggunakan media sosial sebagai wadah promosi yaitu memiliki jangkauan koneksi ke seluruh dunia dimana tidak ada cara yang lebih mudah untuk bisnis dan menemukan seseorang selain menggunakan sosial media. Facebook, Twitter, Instagram dan masih banyak jenis sosial media lainnya yang memungkinkan seluruh orang di dunia dapat berinteraksi satu sama lain. Hal ini pun kemudian memiliki banyak efek dan manfaat yang beragam khususnya bagi pelaku UMKM.

Mempertemukan Orang dengan Ketertarikan yang Sama, Ketika Anda memilih untuk berpartisipasi dalam sebuah komunitas di jejaring sosial dapat memilih mana komunitas yang sesuai dan diinginkan. Berbagi Informasi Secara Real-Time, banyak sosial media yang dilengkapi dengan fitur untuk melakukan chat sehingga antara Anda dan orang lain bisa berkomunikasi dan bertukar informasi secara real-time. Mungkin ini merupakan fungsi awal sosial media pertama kali diciptakan, untuk berkomunikasi dan dapat membantu pelaku UMKM dalam memasarkan produk. Banyak pihak yang diuntungkan dengan fitur ini seperti pelaku UMKM.

Dapat menjangkau Target Pasar, media akan sangat membantu Anda untuk mencapai jutaan orang kapanpun pelaku UMKM memasarkan. Dengan sosial media memungkinkan untuk menyebarkan konten produk atau jasa ke para target UMKM. Setiap platform sosial media menawarkan berbagai tools atau fitur yang memungkinkan bagi sebuah bisnis untuk menyampaikan konten tertentu pada target mereka. Peningkatan Sirkulasi Informasi, Tidak diragukan lagi, sosial media telah merevolusi kecepatan sirkulasi informasi atau berita. Banyak pelaku bisnis yang bergantung pada sosial media untuk mengumpulkan dan membagikan informasi.

Berikut analisis SWOT dari PT. Sinar Raflesia Selatan :

- 1) Kekuatan (*strength*) : produk cuci piring ini merupakan produk buatan alamiah yang bahan pembuatannya mudah didapatkan sehingga dalam proses pembuatan produk ini dapat dalam jangka panjang.
- 2) Kelemahan (*weakness*) : pembuatan produk masih menggunakan cara yang manual sehingga menggunakan jangka waktu yang panjang serta kualitas yang dimiliki masih rendah untuk bersaing di pasaran.

- 3) Kesempatan (*opportunity*) : Produk sabun cuci piring ini dapat melirik perhatian masyarakat setempat dengan harga yang dapat dijangkau.
- 4) Ancaman (*threats*): banyak konsumen yang tidak menyukai kualitas produk ini sehingga dapat tersingkirkan dengan produk lainnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilaksanakan maka diperoleh hasil keputusan bahwa PT. Sinar Raflesia Selatan menggunakan strategi pemasaran dengan cara tradisional dan belum menggunakan bantuan dari media sosial ataupun menggunakan brand ambassador. Saran yang dapat diberikan yaitu untuk dapat melakukan peningkatan strategi pemasaran dengan menggunakan digital marketing dalam membantu meningkatkan jual beli produk sabun cuci piring yang diproduksi oleh PT. Sinar Raflesia Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Djaali. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.
- Edi, F. R. S. (n.d.). *Teori Wawancara Psikodiagnostik*. Penerbit LeutikaPrio.
- Ginting, A. M., Rivani, E., Saragih, J. P., Wuryandani, D., & Rasbin. (2018). *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Ismayani, A. (n.d.). *METODOLOGI PENELITIAN*. Syiah Kuala University Press.
- M.Si, D. H. M. Y. S., S. E., & M.Si, D. M. S., S. E. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies*. SAH MEDIA.
- Sartika, S. H., Mashud, M., Hasan, M., Syam, A., Susilowati, E., Purba, B., SN, A., Jufri, M., Faried, A. I., Rosihana, R. E., & Amruddin, R. (2022). *Ekonomi Kreatif*. Yayasan Kita Menulis.
- Semiawan, P. D. C. R. (n.d.). *Metode Penelitian Kualitatif*. Grasindo.
- SE.,M.Si, H. (n.d.). *MENGENAL USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) LEBIH DEKAT*. uwais inspirasi indonesia.
- Setiawan, A. A., Johan. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).