

PERANAN STRATEGI PEMASARAN GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA CV. BINTANG KERAMIK GUNUNGSITOLI

Junius Telaumbanua¹, Emanuel Zebua²

Universitas Nias

e-mail: juniustelaumbanua78@gmail.com

Abstrak – Penjualan produk merupakan kegiatan kunci dalam sebuah bisnis yang melibatkan proses pemasaran, promosi, dan transaksi untuk memasarkan barang atau jasa kepada konsumen. Pendekatan penjualan produk meliputi strategi penentuan harga, distribusi, serta upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar. Keberhasilan penjualan produk sangat ditentukan oleh pemahaman mendalam terhadap pasar, segmentasi, target pasar dan positioning dalam merancang produk agar dapat tercipta kesan tertentu diingatan konsumen, serta kualitas produk yang ditawarkan. Seiring dengan itu, upaya pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan juga menjadi fokus utama dalam menjaga keberlanjutan bisnis. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Peranan Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Penjualan Pada CV. Bintang Keramik Gunungsitoli. Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini bersifat deskriptif, dengan menggunakan metode kualitatif. Kunci informasi dalam penelitian ini adalah karyawan pada CV. Bintang Keramik Gunungsitoli sebanyak 10 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV. Bintang Keramik Gunungsitoli telah melakukan strategi pemasaran sebagai upaya untuk meningkatkan pertumbuhan dan peningkatan penjualan. Strategi pemasaran yang diterapkan adalah segmentasi pasar yaitu pemetaan target pasar, targeting yaitu menentukan siapa saja yang menjadi target pasar dan positioning yaitu perusahaan menyediakan produk yang dapat menarik konsumen atau pelanggan agar konsumen atau pelanggan memiliki kesan tertarik pada produk yang dipasarkan dan dijual. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan situasi dan kondisi konsumen atau pelanggan membuat penjualan produk pada CV. Bintang Keramik Gunungsitoli semakin meningkat. Tidak hanya itu, konsumen atau pelanggan juga semakin bertambah sehingga target penjualan yang diharapkan tercapai.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Konsumen, Penjualan, Peranan.

Abstract – Product sales are a key activity in a business that involves marketing, promotion and transaction processes to market goods or services to consumers. The product sales approach includes pricing strategies, distribution, and efforts to meet market needs and desires. The success of product sales is determined by a deep understanding of the market, segmentation, target market and positioning in designing the product so that it can create a certain impression in the minds of consumers, as well as the quality of the product offered. Along with that, efforts to develop long-term relationships with customers are also the main focus in maintaining business sustainability. The aim of this research is to find out the role of marketing strategies to increase sales at CV. Bintang Keramik Gunungsitoli. The approach used in this research is descriptive, using qualitative methods. The key information in this research is the employees at CV. Bintang Keramik Gunungsitoli are 10 people. The research results show that CV. Bintang Keramik Gunungsitoli has implemented a marketing strategy as an effort to increase growth and increase sales. The marketing strategy implemented is market segmentation, namely mapping the target market, targeting, namely determining

who is the target market and positioning, namely the company provides products that can attract consumers or customers so that consumers or customers have the impression of being interested in the products being marketed and sold. By implementing marketing strategies that suit the situation and conditions of consumers or customers, product sales on CV. Bintang Keramik Gunungsitoli is increasing. Not only that, consumers or customers are also increasing so that the expected sales targets are achieved.

Keywords: Strategy, Marketing, Consumers, Sales, Role.

PENDAHULUAN

Dunia usaha pada zaman yang serba digital ini ditandai dengan semakin ketat persaingan dalam kegiatan memasarkan produk perusahaan, banyak perusahaan yang muncul baik perusahaan milik negara, swasta nasional maupun swasta asing yang menawarkan produk baru dipasar dengan kualitas produk yang beragam, harga dapat dijangkau dan didukung oleh promosi yang sangat baik. Hal ini membuat perusahaan dituntut untuk mampu memberikan yang lebih baik untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain itu sangat diperlukan ide yang kreatif dari perusahaan agar menghasilkan produk yang lebih baik dari sebelumnya, lebih mampu bersaing dengan perusahaan sejenis, serta memenangkan persaingan pasar.

Persaingan dunia usaha dalam bidang produk dan jasa yang semakin ketat adalah memberikan nilai dan kepuasan bagi konsumen dengan adanya produk dan jasa yang semakin berkualitas. Pelaku usaha harus memiliki syarat yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha yaitu harus mencapai keunggulan bersaing dalam menciptakan produk atau jasa yang diminati oleh konsumen.

Manajemen para pelaku usaha harus mampu mengelola usahanya dengan baik agar konsumen tidak beralih ke perusahaan lainnya. Pelaku usaha dituntut untuk memahami segala kebutuhan dan keinginan konsumen. Bagi perusahaan kepuasan konsumen adalah sarana pemasaran. Perusahaan harus lebih memperhatikan kepuasan pelanggan atau konsumen. Konsumen sering memperhatikan harga barang. Konsumen biasa dikatakan sebagai titik sentral yang harus diperhatikan oleh pasar.

Kegiatan dalam memasarkan produk atau jasa kepada konsumen sesungguhnya menjadi nilai penting bagi perusahaan. Dengan produk atau jasanya dapat dipasarkan, tentunya kegiatan perusahaan lainnya dapat berjalan dengan baik. Di dalam menghadapi persaingan global yang semakin kompetitif yang terbuka luas, suatu perusahaan dalam usaha mempertahankan kelangsungan usahanya, perlu melakukan berbagai strategi-strategi dalam pemasaran, baik dalam bentuk kualitas produknya maupun kegiatan promosi dalam memperkenalkan produk-produk yang dihasilkan, karna itu seorang manajer pemasaran dituntut untuk memahami permasalahan pokok dibidangnya dalam menyusun strategi pemasaran yang efektif dan efisien agar dalam mencapai target-target perusahaan dalam bisnisnya. Dilihat dari kesadaran akan pentingnya peran dari promosi dalam dunia bisnis, maka pada masa sekarang mulai muncul kegiatan pemasaran melalui media sosial.

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha atau pembisnis dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam mencapai tujuan bisnis tergantung kepada keahlian pengusaha dibidang pemasaran, produksi, keuangan maupun bidang lain. Selain itu tergantung pula pada kemampuan pengusaha untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar usaha perusahaan dapat berjalan lancar.

Dalam dunia usaha tidak ada satupun perusahaan yang merasa puas atas profit (laba) yang sudah dicapai dikarenakan ada perusahaan lain yang akan menyaingi perusahaan itu sendiri, masalah persaingan harus mendapatkan perhatian lebih oleh manajemen perusahaan

agar tidak mengalami kemunduran dikemudian hari.

Untuk mencapai tujuan perusahaan diperlukan langkah-langkah tertentu. Misalnya perusahaan yang ingin menjual barang atau jasa kepada pelanggan memerlukan langkah yang tepat agar konsumen tidak kecewa kepada pelaku usaha. Adanya persaingan ketat dalam berbisnis menuntut pemasar melaksanakan pemasaran yang efektif dan efisien. Kegiatan memasarkan suatu produk membutuhkan sebuah konsep yang mendasar sesuai dengan kepentingan pemasar dan kebutuhan konsumen.

Perusahaan yang diberi nama CV. Bintang Keramik Gunungsitoli merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam penjualan bahan material bangunan. CV. Bintang Keramik Gunungsitoli bila dilihat dari awal berdiri telah mengalami perkembangan yang sangat baik oleh karena upaya yang dilakukan oleh pemiliknya dan strategi penjualan yang digunakan sehingga mampu bersaing dengan usaha lain yang sejenisnya.

Adapun data penjualan barang produk di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli selama satu bulan yaitu pada bulan September 2023 yang diperoleh dari manager pembukuan pada CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, sebagai berikut:

Tabel 1 Data Penjualan Beberapa Barang Produk Utama di CV. Bintang Keramik

No	Nama Barang	Volume	Harga Satuan (RP)	Total (RP)
1	Keramik	800 kotak	54.000	43.200.000,-
2	Semen merk Holcin	1.200 zak	53.000	63.600.000,-
3	Seng uk. 0,25 mm x210 cm	550 lbr	69.500	38.225.000,-
4	Besi beton polos uk. 12mm	480 batang	79.000	37.920.000,-
5	Cat Tembok uk. 18 kg	15 kotak	243.500	3.652.500,-
Jumlah				186.597.500

Sumber data: CV. Bintang Keramik Gunungsitoli 2023

Dari data penjualan produk utama selain dari barang produk lainnya yang tersedia di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli masih tergolong kurang bagi sebuah perusahaan yang memiliki modal menengah ke atas. Besar jumlah penjualan khusus produk utama tersebut hanya mencapai sebesar Rp.186.597.500,- Di bawah ini data penjualan pada bulan berikutnya yaitu penjualan yang dicapai pada bulan Oktober 2023 sebagai pembandingan dengan upaya yang dilakukan oleh CV. Bintang Keramik Gunungsitoli.

Tabel 2 Data Penjualan Beberapa Barang Produk Utama di CV. Bintang Keramik

No	Nama Barang	Volume	Harga Satuan (RP)	Total (RP)
1	Keramik	1260 kotak	54.000	68.040.000,-
2	Semen merk Holcin	1.750 zak	53.000	92.750.000,-
3	Seng uk. 0,25 mm x210 cm	740 lbr	69.500	51.430.000,-
4	Besi beton polos uk. 12mm	690 batang	79.000	54.510.000,-
5	Cat Tembok uk. 18 kg	28 kotak	243.500	6.818.000,-
Jumlah				273.548.000

Sumber data: CV. Bintang Keramik Gunungsitoli 2023

Dari data di atas, bila dibandingkan dengan data penjualan pada bulan September 2023 mengalami peningkatan sebesar Rp. 86.950.500,- dari hasil penjualan sebesar Rp.273.548.000,- Peningkatan penjualan tersebut terjadi setelah perusahaan menerapkan

strategi pemasaran untuk menarik konsumen atau pelanggan mendorong CV. Bintang Keramik untuk meningkatkan penjualannya. CV. Bintang Keramik Gunungsitoli dalam upaya meningkatkan penjualannya merancang strategi pemasaran

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh beberapa fenomena yang terjadi di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli yang berada di wilayah Kota Gunungsitoli antara lain: 1) Kurangnya penyebaran informasi tentang produk yang dipasarkan, sehingga konsumen tidak mendapatkan informasi yang jelas atas penjualan produk tersebut. 2) Kurangnya permintaan konsumen terhadap produk yang dijual oleh karena persaingan penjualan produk yang ketat. Dimana konsumen kebanyakan merasa kecewa ketika permintaan konsumen tidak tersedia, sehingga para konsumen beralih ke lokasi penjualan lainnya. 3). Tidak mengetahui target pasar yang menjadi sasaran penjualan produk yang tersedia di CV. Bintang Keramik.

Adapun beberapa upaya yang dilakukan oleh CV. Bintang Keramik Gunungsitoli untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan meningkatkan penjualan, antara lain: (a) meningkatkan strategi pemasaran barang produk CV. Bintang Keramik Gunungsitoli semaksimal mungkin dengan menyediakan barang produk keramik dan juga memperhatikan harga pasar agar tidak melebihi batas kemampuan konsumen untuk membeli, (b) menampilkan merek produk yang dipasarkan oleh CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, menerapkan komunikasi atau pelayanan yang baik, mempertahankan kualitas, harga, dan ketersediaan produk bagi konsumen. Pada saat ini ada berbagai cara yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam mempromosikan barang produk seperti periklanan proses penjualan produk dan jasa.

Untuk mengetahui sejauh mana strategi pemasaran dapat mempengaruhi penjualan, baik dilihat dari segi produk, harga, tempat, promosinya manusia, proses, serta fasilitas fisik. Maka penulis tertarik untuk membahas dan melakukan penelitian yang diberi judul “Peranan Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Penjualan Pada CV. Bintang Keramik Gunungsitoli”.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian dapat dikelompokkan menurut tujuan, pendekatan, tingkat eksplanasi, dan analisis serta jenis data. Dengan mengetahui jenis-jenis penelitian tersebut maka penelitian diharapkan dapat melihat metode yang paling efektif dan efisien untuk mendapat informasi yang akan digunakan untuk memecahkan masalah.

Riset berdasarkan jenis data menurut Suliyanto (2016: 34), dibagi menjadi:

1. Riset kualitatif adalah riset yang didasarkan pada data kualitatif yaitu tidak berbentuk angka atau bilangan sehingga hanya berbentuk pernyataan-pernyataan atau kalimat.
2. Riset kuantitatif adalah riset yang didasarkan pada data kuantitatif yaitu berbentuk angka atau bilangan.
3. Riset gabungan/kombinasi adalah riset yang menggunakan data kualitatif dan kuantitatif.

Dari pendapat di atas, peneliti menetapkan jenis penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif dimana metode ini lebih menekankan pada pengamatan fenomena dan lebih meneliti ke substansi makna dari fenomena tersebut dan sangat terpengaruh pada kekuatan kata dan kalimat atau sering juga dikatakan berbentuk pernyataan-pernyataan atau kalimat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian merupakan hasil akhir dari sebuah proses penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian atau menguji rumusan masalah yang telah ditetapkan. Hasil penelitian mencakup semua data, temuan, dan informasi yang

dikumpulkan dan dianalisis selama proses penelitian. Deskripsi penelitian sangat berguna untuk menjelaskan semua data dan informasi yang diperoleh dari lokasi penelitian.

Penelitian ini dapat terlaksana dengan adanya lokasi yang dipilih oleh peneliti beserta orang-orang yang berkecimpung didalamnya terdiri dari karyawan dan pelanggan pada CV. Bintang Keramik Gunungsitoli yang secara langsung berkecimpung dalam memberikan dan dan informasi.

Sesuai dengan metode pengumpulan data yang digunakan, maka peneliti telah mengajukan pertanyaan dalam bentuk wawancara kepada informan sebanyak 10 orang. Pertanyaan yang diajukan kepada seluruh informan terjawab dan diolah peneliti agar dapat menjadi sebuah informasi yang akurat.

Dari jawaban seluruh informan atas pertanyaan yang diajukan peneliti, maka terdapat jawaban yang sama dari informan atas pertanyaan yang sama dan terdapat juga jawaban atau pendapat yang berbeda atas pertanyaan yang diberikan. Dengan demikian, peneliti menganalisa dan mengumpulkan seluruh jawaban yang dijadikan sebagai data yang akan diuraikan pada analisa dan pembahasan dalam bab ini.

Berikut hasil wawancara dengan beberapa informan, peneliti mencoba menanyakan beberapa hal terkait tentang strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan penjualan sesuai draft wawancara yang sudah tersedia, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana CV. Bintang Keramik Gunungsitoli dapat mengidentifikasi segmen pasar yang tepat untuk produk atau layanan ?

Berdasarkan hasil wawancara kepada Saudara Emanuel Hulu sebagai Manager Pembukuan pada CV. Bintang Keramik Gunungsitoli pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 09.00 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, ditemukan informasi bahwa CV. Bintang Keramik Gunungsitoli mengidentifikasi setiap pembeli melalui alamat dan jenis pekerjaan pembeli sehingga karyawan dapat mengetahui bagaimana menentukan segmentasi pasar untuk merebut konsumen dari saingan perusahaan lainnya. Dalam hal ini, Manager pembukuan pada CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, informan 1 menyatakan bahwa:

“Sangat penting untuk mengidentifikasi kegiatan penjualan agar dapat diketahui siapa saja pelanggan yang akan siap untuk membeli. Identifikasi yang dilakukan oleh kami sebagai karyawan adalah dengan menelusuri jenis pekerjaan dan alamat tempat tinggal para pelanggan.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa menentukan dan mengidentifikasi segmen pasar sangat penting dilakukan. Begitu juga dengan informan 2, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 09.15 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudara Heppy Emanuel Zebua, S.E sebagai karyawan bagian pergudangan, informan 2 menyatakan bahwa:

“Sebagai karyawan kami diberi tugas oleh pemilik CV. Bintang Keramik Gunungsitoli untuk mengidentifikasi pembeli agar dapat mengetahui siapa saja pelanggan yang akan membeli. Identifikasi yang kami lakukan sebagai karyawan adalah dengan menanyakan jenis pekerjaan dan alamat tempat tinggal para pelanggan serta apa yang diinginkan oleh para pelanggan”.

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa mengidentifikasi segmen pasar sangat penting dilakukan, begitu juga informan 3, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 09.30 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudara Nasokhi Gulo, informan 3 menyatakan bahwa:

“Kami sebagai karyawan melakukan identifikasi kegiatan penjualan agar dengan cara menanyakan jenis pekerjaan dan alamat tempat tinggal para pelanggan serta mencatat barang produk yang dibeli oleh pelanggan”

2. Bagaimana segmentasi pasar membantu perusahaan dalam merancang strategi pemasaran di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli?

Berdasarkan hasil wawancara kepada Saudara Emanuel Hulu, S.E sebagai manager CV. Bintang Keramik Gunungsitoli pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 09.45 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, ditemukan bahwa bagi CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, segmentasi pasar dapat membantu perusahaan dalam merancang strategi pemasaran. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada Manager Pembukuan CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, informan 1 menyatakan bahwa:

“Segmentasi pasar atau pemetaan wilayah sasaran penjualan berguna untuk membagi pasar menjadi kelompok yang lebih kecil dengan berfokus pada karakteristik dan kebutuhan pelanggan. kemudian mengidentifikasi target pasar atau barang produk yang banyak dibeli oleh pelanggan sehingga perusahaan dapat menyesuaikan barang produk yang harus tersedia”.

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa segmentasi pasar dapat membantu perusahaan untuk merancang strategi pemasaran. Begitu juga dengan informan 3, dengan menggunakan pertanyaan yang sama, pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 10.00 WIB peneliti bertanya langsung kepada saudara Nasokhi Gulo sebagai karyawan bagian penyimpanan & persediaan, informan 3 menyatakan bahwa:

“Strategi pemasaran yang dilakukan oleh CV. Bintang Keramik Gunungsitoli berpedoman pada kebutuhan pelanggan. Setelah mengidentifikasi target pasar atau barang produk yang banyak dibeli oleh pelanggan maka perusahaan dapat menyesuaikan barang produk yang harus tersedia dan menambah jumlah persediaan barang dan mengurangi persediaan barang yang jarang dibeli”

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa segmentasi pasar dapat membantu perusahaan untuk merancang strategi pemasaran, begitu juga informan 4, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 10.15 WIB, peneliti bertanya langsung kepada Ester Harefa sebagai karyawan bagian pemasaran, informan 4 menyatakan bahwa:

“Segmentasi pasar sangat membantu perusahaan untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat dilakukan, dimana system ini, karyawan mengidentifikasi kebutuhan pelanggan sehingga perusahaan mengetahui barang produk yang lebih banyak dibeli oleh pelanggan”

3. Bagaimana CV. Bintang Keramik Gunungsitoli dapat mengidentifikasi segmen konsumen yang tepat untuk ditargetkan?

Berdasarkan hasil wawancara kepada Saudara Emanuel Hulu, S.E sebagai Manager Pembukuan pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 10.30 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli ditemukan bahwa untuk mengidentifikasi segmen konsumen yang tepat untuk ditargetkan perlu melakukan beberapa langkah. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada Manager Pembukuan CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, informan 1 menyatakan bahwa:

“CV. Bintang Keramik Gunungsitoli dapat mengidentifikasi segmen konsumen yang tepat untuk ditargetkan dengan melakukan beberapa langkah yang sesuai dengan kondisi pelanggan yaitu mengidentifikasi barang produk yang trend dan potensial di tengah-tengah masyarakat, mempertimbangkan gaya hidup pelanggan”.

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa untuk mengidentifikasi segmen konsumen yang tepat untuk ditargetkan perlu melakukan beberapa langkah. Begitu juga dengan informan 5, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 10.50 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudari Siska Harefa sebagai karyawan bagian pemasaran, informan 5 menyatakan

bahwa:

“CV. Bintang Keramik Gunungsitoli terlebih dahulu melakukan langkah mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan konsumen yang tepat sehingga perusahaan dapat mengetahui barang produk yang perlu disediakan dan sangat banyak dibeli oleh pelanggan”

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa untuk mengidentifikasi segmen konsumen yang tepat untuk ditargetkan perlu melakukan beberapa langkah, begitu juga informan 2, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 11.15 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudara Heppy Emanuel Zebua, S.E sebagai karyawan bagian pergudangan, informan 2 menyatakan bahwa:

“CV. Bintang Keramik dapat mengidentifikasi segmentasi pasar dengan melakukan langkah-langkah seperti mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, karakteristik pelanggan dan juga jenis pekerjaan.”

4. Bagaimana strategi targeting mempengaruhi perancangan strategi pemasaran pada CV. Bintang Keramik Gunungsitoli?

Berdasarkan hasil wawancara kepada saudara Heppy Emanuel Zebua, S.E sebagai karyawan bagian pergudangan pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 11.30 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, ditemukan bahwa strategi targeting memiliki dampak besar pada perancangan strategi pemasaran CV. Bintang Keramik Gunungsitoli karena itu menentukan siapa yang akan menjadi fokus pemasaran perusahaan dan bagaimana pesan-pesan pemasaran akan disampaikan kepada mereka. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada karyawan bagian pergudangan, informan 2 menyatakan bahwa:

“Strategi targeting yang dilakukan oleh CV. Bintang Keramik Gunungsitoli adalah mengidentifikasi pelanggan yang sering berbelanja, berbelanja barang produk lebih banyak. Kemudian mengidentifikasi barang produk yang sering dibeli oleh pelanggan atau lebih banyak permintaan pelanggan”.

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa strategi targeting penting dilakukan untuk perancangan strategi pemasaran pada CV. Bintang Keramik Gunungsitoli dengan cara menentukan siapa yang akan menjadi fokus pemasaran. Begitu juga dengan informan 3, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 11.45 WIB, peneliti bertanya langsung saudara Nasokhi Gulo sebagai karyawan bagian penyimpanan & persediaan, informan 3 menyatakan bahwa:

“Strategi targeting yang dilakukan oleh CV. Bintang Keramik Gunungsitoli sebagai upaya untuk melakukan pemasaran adalah mengidentifikasi 2 hal yang menjadi sasaran pemasaran yaitu pembeli yang sebagai sasaran penjualan produk dengan cara mengidentifikasi pelanggan yang sering dan lebih banyak membeli. Kemudian barang produk yang sering dibeli dan lebih banyak dibeli oleh pelanggan.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa Perlu melakukan strategi targeting sebagai upaya untuk melakukan pemasaran, begitu juga informan 4, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 11.50 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudara Ester Harefa sebagai karyawan bagian pemasaran, informan 4 menyatakan bahwa:

“Strategi targeting perlu dilakukan oleh CV. Bintang Keramik Gunungsitoli untuk mengidentifikasi apa saja faktor yang dapat dijadikan sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk”

5. Bagaimana CV. Bintang Keramik Gunungsitoli dapat mengembangkan positioning yang kuat untuk produk atau layanan kepada pelanggan?

Berdasarkan hasil wawancara kepada saudara Heppy Emanuel Zebua, SE sebagai karyawan bagian pergudangan pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 12.10 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, ditemukan bahwa mengembangkan positioning yang kuat akan membantu menarik dan mempertahankan pelanggan. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada karyawan bagian pergudangan, informan 2 menyatakan bahwa:

“Upaya mengembangkan positioning yang kuat dan efektif merupakan cara perusahaan untuk menarik konsumen atau pelanggan sehingga perusahaan akan mencapai keunggulan dari perusahaan lainnya”.

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa upaya mengembangkan positioning yang kuat akan membantu menarik dan mempertahankan pelanggan. Begitu juga dengan informan 4, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 12.20 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudara Ester Harefa sebagai Kepala karyawan bagian pemasaran, informan 4 menyatakan bahwa:

“Mengembangkan positioning yang kuat dan efektif merupakan strategi yang digunakan CV. Bintang Keramik Gunungsitoli untuk menarik konsumen atau pelanggan sehingga perusahaan akan mencapai keunggulan dari perusahaan lainnya”.

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa upaya mengembangkan positioning yang kuat akan membantu menarik dan mempertahankan pelanggan, begitu juga informan 5, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 12.30 WIB, peneliti bertanya langsung kepada Siska Harefa sebagai karyawan bagian pemasaran, informan 5 menyatakan bahwa:

“CV. Bintang Keramik Gnungsitoli terus berupaya melakukan pemasaran untuk menarik pelanggan dengan mengembangkan positioning yang kuat dan efektif sehingga berdampak pada peningkatan penjualan produk”

6. Bagaimana strategi positioning mempengaruhi pengembangan strategi pemasaran di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli?

Berdasarkan hasil wawancara kepada Saudara Emanuel Hulu, S.E sebagai Manager Pembukuan pada hari Rabu tanggal 23 Agustus 2023, pukul 09.00 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli ditemukan bahwa strategi positioning memainkan peran kunci dalam pengembangan strategi pemasaran di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, karena itu membantu perusahaan untuk mengarahkan upaya pemasaran mereka, membedakan diri dari pesaing, dan menciptakan citra merek yang kuat di mata pelanggan. Dalam hal ini, peneliti bertanya Manager Pembukuan, informan 1 menyatakan bahwa:

“Cara strategi positioning mempengaruhi pengembangan strategi pemasaran adalah dengan cara menentukan target pasar, menentukan harga pasaran dan mempertahankan citra merek produk yang dipasarkan dengan kualitas terbaik”

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa strategi positioning memainkan peran kunci dalam pengembangan strategi pemasaran di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli. Begitu juga dengan informan 2, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Rabu tanggal 23 Agustus 2023, pukul 09.00 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung kepada saudara Heppy Emanuel Zebua, S.E sebagai karyawan bagian pergudangan, informan 2 menyatakan bahwa:

“CV. Bintang Keramik Gunungsitoli melakukan strategi positioning untuk mempengaruhi pengembangan strategi pemasaran adalah dengan cara menentukan harga produk yang dapat dijangkau dan kualitas produk yang terjamin untuk menarik konsumen”

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa strategi positioning memainkan peran kunci dalam pengembangan strategi pemasaran di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, begitu juga informan 4, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Rabu tanggal 23 Agustus 2023, pukul 09.15 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung kepada saudari Ester Harefa sebagai karyawan bagian pemasaran, informan 4 menyatakan bahwa:

“CV. Bintang Keramik Gunungsitoli melakukan strategi positioning untuk mempengaruhi pengembangan strategi pemasaran adalah dengan cara melakukan persaingan harga produk dengan perusahaan lain dengan kualitas produk tetap terjamin untuk menarik konsumen”

7. Bagaimana pentingnya pengaturan harga dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli?

Berdasarkan hasil wawancara kepada saudara Emanuel Hulu, S.E pada hari Rabu tanggal 23 Agustus 2023, pukul 09.30 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli ditemukan bahwa pengaturan harga adalah aspek yang sangat penting dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada Manager Pembukuan pada CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, informan 1 menyatakan bahwa:

“Harga yang ditetapkan mempengaruhi bagaimana pelanggan menilai produk atau layanan. Harga yang terlalu rendah mungkin dapat merusak persepsi kualitas, sementara harga yang terlalu tinggi dapat mengurangi daya tarik. Oleh karena itu, pengaturan harga yang tepat dapat membantu menciptakan persepsi nilai yang baik di mata pelanggan dengan menyesuaikan harga berdasarkan modal pembelian dengan tidak mengambil keuntungan yang berlebihan.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa pengaturan harga adalah aspek yang sangat penting dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli. Begitu juga dengan informan 4, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Rabu tanggal 23 Agustus 2023, pukul 09.45 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung kepada saudari Ester Harefa sebagai karyawan bagian pemasaran, informan 4 menyatakan bahwa:

“Pengaturan harga yang baik memungkinkan CV. Bintang Keramik Gunungsitoli untuk bersaing di pasar dengan lebih efektif. Harga yang bersaing dapat membuat produk atau layanan lebih menarik bagi pelanggan yang mencari nilai terbaik.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa pengaturan harga adalah aspek yang sangat penting dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, begitu juga informan 5, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Rabu tanggal 23 Agustus 2023, pukul 10.00 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung kepada saudari Siska Harefa sebagai karyawan bagian pemasaran, informan 5 menyatakan bahwa:

“Pengaturan harga yang tepat dapat membantu meningkatkan margin keuntungan perusahaan. Dengan menetapkan harga yang memadai di atas biaya produksi dan distribusi, CV. Bintang Keramik Gunungsitoli dapat memastikan bahwa mereka mendapatkan keuntungan yang cukup untuk mendukung pertumbuhan dan pengembangan bisnis serta dapat meningkatkan volume penjualan”

8. Bagaimana strategi penetapan harga dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk atau merek di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli?

Berdasarkan hasil wawancara kepada saudara Emanuel Hulu, S.E sebagai Manager

Pembukuan pada hari Rabu tanggal 23 Agustus 2023, pukul 10.15 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli ditemukan bahwa strategi penetapan harga dapat memiliki dampak signifikan pada persepsi konsumen terhadap produk atau merek di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, dan ini memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian mereka. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada Manager Pembukuan, informan 1 menyatakan bahwa:

“Harga sering dianggap sebagai indikasi kualitas produk atau layanan. Dalam beberapa kasus, harga yang lebih tinggi dapat memberi kesan produk yang lebih berkualitas atau eksklusif, sementara harga yang lebih rendah mungkin diinterpretasikan sebagai produk yang lebih murah atau kurang berkualitas. Oleh karena itu, penetapan harga yang tepat dapat membentuk persepsi kualitas produk dan menarik pelanggan untuk meningkatkan volume penjualan”.

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa strategi penetapan harga dapat memiliki dampak signifikan pada persepsi konsumen terhadap produk atau merek di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli. Begitu juga dengan informan 2, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Rabu tanggal 23 Agustus 2023, pukul 10.30 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung kepada Heppy Emanuel Zebua, S.E sebagai karyawan bagian pergudangan, informan 2 menyatakan bahwa:

“Pengaturan harga yang baik memungkinkan CV. Bintang Keramik Gunungsitoli untuk bersaing di pasar dengan lebih efektif. Harga yang bersaing dapat membuat produk atau layanan lebih menarik bagi pelanggan yang mencari nilai terbaik dan tetap bersaing dengan perusahaan yang lain dengan kualitas terbaik”

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa strategi penetapan harga dapat memiliki dampak signifikan pada persepsi konsumen terhadap produk atau merek di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, begitu juga informan 3, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Rabu tanggal 23 Agustus 2023, pukul 10.45 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung kepada saudara Nasokhi Gulo sebagai karyawan bagian penyimpanan & persediaan, informan 3 menyatakan bahwa:

“Pengaturan harga harus sejalan dengan elemen-elemen lain dari strategi pemasaran, seperti promosi, distribusi, dan posisi merek. Harga yang konsisten dengan pesan pemasaran keseluruhan membantu menciptakan pesan yang kuat sehingga dapat mengubah keputusan pembeli dari tidak membeli akhirnya berkeinginan untuk membeli.”

9. Bagaimana penggunaan media sosial dapat mempengaruhi CV. Bintang Keramik Gunungsitoli melakukan promosi?

Berdasarkan hasil wawancara kepada saudara Tuty Herny Zebua sebagai karyawan pada hari Rabu tanggal 23 Agustus 2023, pukul 11.00 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli ditemukan bahwa penggunaan media sosial memiliki potensi besar dalam mempengaruhi upaya promosi CV. Bintang Keramik Gunungsitoli dan dapat membawa banyak manfaat. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada karyawan, informan 6 menyatakan bahwa:

“Media sosial memungkinkan CV. Bintang Keramik Gunungsitoli untuk menciptakan kesadaran merek yang lebih besar. Dengan berbagi konten berkualitas dan kreatif di platform media sosial, perusahaan dapat mencapai audiens yang lebih luas, termasuk pelanggan potensial yang belum pernah mendengar tentang mereka sebelumnya, dan penggunaan media sangat efektif”

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa penggunaan media sosial memiliki potensi besar dalam mempengaruhi upaya promosi CV. Bintang Keramik Gunungsitoli dan dapat membawa banyak manfaat. Begitu juga dengan informan 7,

dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Rabu tanggal 23 Agustus 2023, pukul 11.15 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung kepada saudari Imelda Sari Telaumbanua sebagai karyawan, informan 7 menyatakan bahwa:

“Media sosial memungkinkan interaksi langsung antara perusahaan dan pelanggan. Ini dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan pelanggan, memberikan dukungan pelanggan, dan merespons umpan balik dengan cepat. Ini membangun hubungan yang kuat dan positif dengan pelanggan.

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa penggunaan media sosial memiliki potensi besar dalam mempengaruhi upaya promosi CV. Bintang Keramik Gunungsitoli dan dapat membawa banyak manfaat, begitu juga informan 8, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Rabu tanggal 23 Agustus 2023, pukul 11.30 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung kepada Bapak Ama Fendi Laoli, informan 8 menyatakan bahwa:

“Media sosial adalah platform yang efektif untuk mempromosikan produk atau layanan. CV. Bintang Keramik Gunungsitoli dapat membagikan gambar produk, deskripsi, ulasan, dan bahkan video yang menjelaskan manfaat produk atau layanan mereka”

10. Apa saja elemen penting yang harus dipertimbangkan dalam merancang strategi promosi yang sukses?

Berdasarkan hasil wawancara kepada Vidar Hardayani Lase sebagai karyawan pada hari Rabu tanggal 23 Agustus 2023, pukul 11.45 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli ditemukan bahwa merancang strategi promosi yang sukses melibatkan berbagai elemen penting yang harus dipertimbangkan dengan cermat. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada karyawan, informan 8 menyatakan bahwa:

“Salah satu elemen pentingnya adalah menentukan tujuan dan promosi, dimana bahwa menentukan dengan jelas tujuan apa yang ingin dicapai melalui promosi tersebut. Dengan memperhatikan tujuan dan sasaran yaitu ingin meningkatkan penjualan, meningkatkan kesadaran merek, atau mendapatkan lebih banyak pelanggan, serta siapa target pasar yang ingin dicapai dengan promosi ini”.

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa merancang strategi promosi yang sukses melibatkan berbagai elemen penting yang harus dipertimbangkan dengan cermat. Begitu juga dengan informan 9, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Rabu tanggal 23 Agustus 2023, pukul 12.00 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung kepada Rahmat Syukur Mendrofa sebagai karyawan, informan 9 menyatakan bahwa:

“Selain itu elemen lain adalah membuat pesan yang jelas, konsisten, dan menarik yang akan disampaikan kepada masyarakat sebagai target. Pesan harus mencerminkan nilai unik produk atau layanan perusahaan dan mengapa pelanggan harus tertarik.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa merancang strategi promosi yang sukses melibatkan berbagai elemen penting yang harus dipertimbangkan dengan cermat, begitu juga informan 7, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Rabu tanggal 23 Agustus 2023, pukul 12.15 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung kepada Andy Forsamen Lase sebagai karyawan, informan 10 menyatakan bahwa:

“Perlu memilih platform atau saluran promosi yang sesuai dengan situasi masyarakat sebagai target promosi. Ini dapat mencakup iklan digital, media sosial, email marketing, promosi langsung, pameran dagang, atau berbagai kombinasi dari ini.”

11. Seberapa penting kualitas produk atau layanan dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli?

Berdasarkan hasil wawancara kepada Vidar Hardayani Lase sebagai karyawan pada hari Rabu tanggal 23 Agustus 2023, pukul 12.20 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli ditemukan bahwa kualitas produk atau layanan adalah faktor yang sangat penting dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, bahkan bisa dikatakan bahwa kualitas merupakan salah satu elemen kunci dalam strategi pemasaran yang berhasil. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada karyawan, informan 8 menyatakan bahwa:

“Kualitas produk atau layanan yang baik membangun kepercayaan pelanggan. Pelanggan yang merasa yakin bahwa produk atau layanan yang mereka beli memiliki kualitas yang baik akan lebih cenderung untuk melakukan pembelian dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan merek.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa kualitas produk atau layanan adalah faktor yang sangat penting dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli. Begitu juga dengan informan 8, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Rabu tanggal 23 Agustus 2023, pukul 12.30 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung kepada Rahmat Syukur Mendrofa sebagai karyawan, informan 9 menyatakan bahwa:

“Pelanggan yang puas dengan kualitas produk atau layanan cenderung memberikan ulasan positif dan merekomendasikan produk atau layanan tersebut kepada orang lain. Ulasan positif dan rekomendasi dari pelanggan adalah salah satu bentuk promosi yang paling kuat.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa kualitas produk atau layanan adalah faktor yang sangat penting dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, begitu juga informan 10, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Rabu tanggal 23 Agustus 2023, pukul 12.40 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung kepada Andy Forsamen Lase sebagai karyawan, informan 3 menyatakan bahwa:

“Pelanggan yang merasa puas dengan kualitas produk atau layanan cenderung tetap setia terhadap merek. Ini menghasilkan pelanggan yang kembali berulang kali, yang merupakan sumber pendapatan berkelanjutan bagi perusahaan.”

12. Bagaimana CV. Bintang Keramik Gunungsitoli dapat meningkatkan kualitas produk atau layanan kepada pelanggan?

Berdasarkan hasil wawancara kepada saudara Tuty Herny Zebua sebagai karyawan pada hari Rabu tanggal 23 Agustus 2023, pukul 12.50 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli ditemukan bahwa untuk meningkatkan kualitas produk atau layanan kepada pelanggan, CV. Bintang Keramik Gunungsitoli dapat mengambil berbagai tindakan strategis. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada karyawan, informan 6 menyatakan bahwa:

“Pertama-tama, perusahaan harus memahami dengan baik kebutuhan, preferensi, dan harapan pelanggan. Ini dapat dilakukan melalui survei pelanggan, wawancara, atau pengumpulan umpan balik secara rutin. Dengan memahami apa yang diinginkan pelanggan, dapat menyesuaikan produk atau layanan perusahaan sesuai kebutuhan mereka.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa untuk meningkatkan kualitas produk atau layanan kepada pelanggan, CV. Bintang Keramik Gunungsitoli dapat mengambil berbagai tindakan strategis. Begitu juga dengan informan 8, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Rabu tanggal 23 Agustus 2023, pukul 13.00 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung

kepada Vidar Hardayani Lase sebagai karyawan, informan 8 menyatakan bahwa:

“Berdasarkan pemahaman tentang kebutuhan pelanggan, perusahaan dapat melakukan penyempurnaan dalam desain produk atau layanan. Ini dapat mencakup perbaikan fitur, fungsi, atau estetika produk, serta peningkatan dalam proses penyediaan layanan.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa untuk meningkatkan kualitas produk atau layanan kepada pelanggan, CV. Bintang Keramik Gunungsitoli dapat mengambil berbagai tindakan strategis, begitu juga informan 9, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Rabu tanggal 23 Agustus 2023, pukul 13.15 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung kepada Rahmat Syukur Mendrofa sebagai karyawan, informan 9 menyatakan bahwa:

“Pastikan bahwa produk atau layanan diproduksi atau disediakan dengan kontrol kualitas yang ketat. Ini mencakup pengawasan dan pengujian produk dalam setiap tahap produksi, serta pelatihan karyawan untuk memastikan bahwa mereka memahami standar kualitas.”

13. Seberapa pentingnya pemilihan saluran distribusi dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan?

Berdasarkan hasil wawancara kepada saudara Tuty Herny Zebua sebagai karyawan pada hari Rabu tanggal 23 Agustus 2023, pukul 13.20 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli ditemukan bahwa pemilihan saluran distribusi adalah faktor yang sangat penting dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada karyawan, informan 6 menyatakan bahwa:

“Pemilihan saluran distribusi yang tepat memastikan bahwa produk atau layanan CV. Bintang Keramik Gunungsitoli dapat diakses oleh pelanggan dengan mudah. Ini meningkatkan kemungkinan produk perusahaan ditemukan dan dibeli oleh target pasar.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa pemilihan saluran distribusi adalah faktor yang sangat penting dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Begitu juga dengan informan 7, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Rabu tanggal 23 Agustus 2023, pukul 13.40 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung kepada Imelda Sari Telaumbanua sebagai karyawan, informan 7 menyatakan bahwa:

“Pemilihan saluran distribusi yang efisien membantu mengoptimalkan rantai pasokan dan mengurangi biaya operasional. Ini memungkinkan perusahaan untuk menawarkan harga yang lebih bersaing atau meningkatkan peluang keuntungan bagi CV. Bintang keramik Gunungsitoli.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa pemilihan saluran distribusi adalah faktor yang sangat penting dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan, begitu juga informan 8, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Rabu tanggal 23 Agustus 2023, pukul 13.50 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung kepada Vidar Hardayani Lase sebagai karyawan, informan 8 menyatakan bahwa:

“Berdasarkan karakteristik pelanggan dan tujuan pemasaran, CV. Bintang Keramik Gunungsitoli dapat memilih saluran distribusi yang sesuai dengan segmen pasar yang sudah ditentukan. Misalnya, perusahaan dapat menggunakan saluran online untuk mencapai pelanggan yang lebih suka berbelanja secara online dan saluran fisik untuk pelanggan yang lebih suka berbelanja langsung di toko.”

14. Apa yang harus dipertimbangkan dalam memilih saluran distribusi yang tepat?

Berdasarkan hasil wawancara kepada Vidar Hardayani Lase sebagai karyawan pada hari Rabu tanggal 23 Agustus 2023, pukul 14.10 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli ditemukan bahwa memilih saluran distribusi yang tepat adalah keputusan

strategis yang memerlukan pertimbangan yang cermat. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada karyawan, informan 8 menyatakan bahwa:

“Pertama-tama, pertimbangkan karakteristik produk atau layanan yang disediakan CV. Bintang Keramik Gunungsitoli. Apakah produk tersebut mudah diangkut, memerlukan penanganan khusus, atau memiliki persyaratan penyimpanan tertentu. Hal ini dapat mempengaruhi pilihan saluran distribusi.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa memilih saluran distribusi yang tepat adalah keputusan strategis yang memerlukan pertimbangan yang cermat. Begitu juga dengan informan 9, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Rabu tanggal 23 Agustus 2023, pukul 14.20 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung kepada Rahmat Syukur Mendrofa sebagai karyawan, informan 9 menyatakan bahwa:

“Hal yang perlu dipertimbangkan dalam memilih saluran distribusi yang tepat adalah siapa pelanggan target CV. Bintang Keramik Gunungsitoli. Apakah pelanggan lebih suka berbelanja secara online atau offline? Apakah pelanggan lebih cenderung membeli produk melalui toko fisik atau e-commerce? Perlu memahami preferensi pelanggan adalah kunci dalam pemilihan saluran distribusi.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa memilih saluran distribusi yang tepat adalah keputusan strategis yang memerlukan pertimbangan yang cermat, begitu juga informan 10, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Rabu tanggal 23 Agustus 2023, pukul 14.35 WIB bertempat di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, peneliti bertanya langsung kepada Andy Forsamen Lase sebagai karyawan, informan 10 menyatakan bahwa:

“Evaluasikan biaya yang terkait dengan masing-masing saluran distribusi. Ini mencakup biaya pengiriman, penyimpanan, biaya persediaan, komisi penjualan, dan lain-lain. Mempertimbangkan apakah biaya-biaya ini akan mempengaruhi harga jual produk perusahaan dan profitabilitas CV. Bintang Keramik Gunungsitoli”

Pembahasan

Peranan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada CV. Bintang Keramik Gunungsitoli sangat penting dalam menghadapi persaingan di pasar. Strategi pemasaran yang efektif tidak hanya membantu meningkatkan penjualan tetapi juga membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan.

Dengan merancang dan melaksanakan strategi pemasaran yang efektif, CV. Bintang Keramik Gunungsitoli dapat meningkatkan penjualan produk, membangun kesadaran merek yang kuat, dan menciptakan hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan. Pemasaran bukan hanya tentang menjual produk atau layanan, tetapi juga tentang menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan dan memenuhi kebutuhan mereka.

Strategi pemasaran bukan hanya tentang mempromosikan produk atau layanan, tetapi juga tentang membangun merek, mengidentifikasi peluang, memahami pelanggan, dan memaksimalkan penjualan. Hal ini berperan sebagai fondasi strategis yang kuat untuk bisnis, terutama di tengah persaingan yang semakin ketat.

Berdasarkan tujuan dari pada penelitian ini, bahwa peneliti ingin mengetahui bagaimana peranan strategi pemasaran guna meningkatkan penjualan pada CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, maka dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa strategi pemasaran berperan untuk meningkatkan penjualan. Beberapa peranan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengidentifikasi Target Pasar

Strategi pemasaran membantu CV. Bintang Keramik Gunungsitoli untuk mengidentifikasi dengan lebih baik siapa pelanggan potensial yang diharapkan. Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang demografi, preferensi, dan kebutuhan

pelanggan, perusahaan dapat menyesuaikan pesan pemasaran perusahaan untuk menjadi lebih relevan.

Hasil penelitian di atas, sejalan dengan teori Corey bahwa konsep strategi pemasaran terdiri atas lima elemen yang saling berkaitan yaitu, salah satunya Pemilihan pasar, yaitu menentukan pasar mana yang paling tepat untuk dilayani.

Juga pendapat Tjiptono, bahwa strategi pemasaran memiliki tiga komponen yakni segmentasi, targeting, dan positioning, dalam hal ini segemnetasi pasar, yaitu Pasar memiliki banyak tipe pelanggan, produk dan kebutuhan. Pemasar harus bisa menentukan segmen mana yang dapat menawarkan peluang yang terbaik. Konsumen dikelompokkan dan dilayani dalam berbagai cara berdasarkan faktor geografis, demografis, psikografis dan perilaku. Proses pembagian pasar menjadi kelompok pembeli berbeda yang mempunyai kebutuhan, karakteristik, dan perilaku berbeda, yang mungkin memerlukan produk atau program pemasaran terpisah disebut segmentasi pasar. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi target pasar.

Hasil penelitian di atas, sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anggraini (2019) yang berjudul “Implementasi Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Analisis SWOT dalam Meningkatkan Penjualan dan Pendapatan pada UD. Yoga Putra Bangkit Sambeng Lamongan” bahwa peningkatan penjualan pendapatan yang sesuai dengan harapan perusahaan dapat tercapai lebih maksimal apabila strategi pemasaran diterapkan dengan baik.

2. Untuk Membangun Hubungan Dengan Pelanggan

Salah satu tujuan penting dari strategi pemasaran adalah membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Ini melibatkan komunikasi yang berkesinambungan, pelayanan pelanggan yang baik, dan respons yang cepat terhadap pertanyaan atau masalah pelanggan. Ketika pelanggan merasa diperhatikan dan dihargai, mereka lebih cenderung untuk tetap setia dan membeli lagi.

Hasil penelitian di atas, sejalan dengan teori Corey bahwa konsep strategi pemasaran terdiri atas lima elemen yang saling berkaitan yaitu, salah satunya komunikasi pemasaran (promosi), yang meliputi periklanan, personal selling, promosi penjualan, direct marketing, dan public relations.

Membangun hubungan dengan pelanggan sangat penting dan merupakan bagian dalam upaya melakukan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan.

Hasil penelitian di atas, sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dwi Putri FARida Zebua (2022), yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli” mengatakan bahwa perlu menetapkan strategi pemasaran yang tepat agar tidak kalah saing dengan perusahaan lain yang memiliki jenis usaha yang sama. Strategi pemasaran yang tepat adalah melakukan segmentasi pasar, menentukan sasaran (targeting) penjualan produk yang terdiri dari lokasi atau wilayah penjualan dan juga masyarakat yang akan membutuhkan produk, menentukan posisi pasar, kondisi serta situasi lingkungan perusahaan yang dan menjalin relasi kepada siapapun melalui interaksi dan juga melalui hubungan keluarga yang dimiliki di daerah manapun.

3. Untuk Promosi atau Layanan

Melalui strategi pemasaran, CV. Bintang Keramik Gunungsitoli dapat mempromosikan produk atau layanan mereka dengan efektif. Ini mencakup penyampaian pesan yang menarik, menampilkan keunggulan produk atau layanan, dan menawarkan insentif seperti diskon atau penawaran khusus untuk mendorong pembelian.

Hasil penelitian di atas, sejalan dengan teori Corey bahwa konsep strategi pemasaran terdiri atas lima elemen yang saling berkaitan yaitu, salah satunya komunikasi pemasaran (promosi), yang meliputi periklanan, personal selling,

promosi penjualan, direct marketing, dan public relations.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi adalah sebuah aktivitas yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan dengan menawarkan dan menukarkan produk atau jasa yang mempunyai nilai untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta berkaitan dengan kegiatan pemberian harga hingga mendistribusikan barang atau jasa.

Hasil penelitian di atas, sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dwi Putri Farida Zebua (2022), yang berjudul "Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli" mengatakan bahwa Strategi pemasaran perlu diterapkan dalam kegiatan usaha apapun untuk mempromosikan segala produk yang dijual kepada masyarakat sebagai konsumen atau pelanggan. Pemilik usaha dalam hal ini adalah CV. Bintang Keramik Gunungsitoli perlu menetapkan strategi pemasaran yang tepat agar tidak kalah saing dengan perusahaan lain yang memiliki jenis usaha yang sama.

4. Untuk Pengembangan Produk

Umpan balik dari pelanggan yang diperoleh melalui strategi pemasaran dapat digunakan untuk pengembangan produk yang lebih baik. CV. Bintang Keramik dapat mengidentifikasi area dimana produk atau layanan mereka perlu ditingkatkan untuk memenuhi harapan pelanggan.

Hasil penelitian di atas, sejalan dengan teori Corey bahwa konsep strategi pemasaran terdiri atas lima elemen yang saling berkaitan yaitu, salah satunya perencanaan produk, yaitu spesifikasi produk yang dipasarkan, pembentukan lini produk, dan desain penawaran individual pada masing-masing lini. Produk itu sendiri harus mampu menawarkan banyak manfaat yang dapat diperoleh pelanggan setelah melakukan pembelian.

Pendekatan terinci untuk menerapkan strategi-strategi ini ditentukan melalui program pemasaran yang spesifik seperti periklanan, promosi penjualan, pengembangan produk, serta penjualan dan distribusi.

Hasil penelitian di atas, sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siti Aisyah Putri Payung (2020), yang berjudul "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di Toko Plaza Jilbab Kabupaten Kampar Ditinjau Dari Ekonomi Syariah" mengatakan bahwa Toko Plaza Jilbab Kabupaten Kampar menggunakan strategi segmentasi pasar, strategi penentuan pasar sasaran dan strategi posisi pasar. Toko Plaza Jilbab Kabupaten Kampar hanya melakukan pemasaran ke pasar yang potensi ekonominya bagus. Metode pemasaran yang mereka gunakan dengan menawarkan harga yang bersahabat dari produk-produk yang mereka jual. Mereka melihat dari segi rata-rata konsumen mereka merupakan kalangan remaja dan mahasiswa. Tujuannya adalah untuk melakukan pengembangan produk ditengah-tengah kalangan remaja Mahasiswa.

5. Untuk Memahami Persaingan

Melalui pemantauan pasar dan pesaing, strategi pemasaran membantu CV. Bintang Keramik Gunungsitoli memahami tren pasar dan mengidentifikasi cara untuk bersaing dengan lebih baik. Ini dapat mencakup penetapan harga yang lebih cerdas, penargetan pelanggan potensial pesaing atau peningkatan nilai tambah produk.

Hasil penelitian di atas, sejalan dengan Peter dan Olso yang mengatakan bahwa "Strategi pemasaran dirancang untuk meningkatkan peluang dimana konsumen akan memiliki anggapan dan perasaan positif terhadap produk, jasa dan merek tertentu, akan mencoba produk jasa atau merek tersebut dan kemudian membelinya berulang-ulang.

Sejalan dengan pendapat Daryanto bahwa strategi pemasaran adalah pendekatan pokok yang akan digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan lebih dahulu, di dalamnya tercantum keputusan-keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan produk di pasar, bauran pemasaran dan tingkat biaya pemasaran yang dilakukan.

Hasil penelitian di atas, sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Widia Resti Ayu (2020), yang berjudul “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Toko Bag Corner Ponorogo”. Penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pemasaran untuk mampu melaksanakan kegiatan pemasaran dengan lebih efektif dan efisien. Kegiatan pemasaran tersebut membutuhkan sebuah konsep pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepentingan pemasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan. Hasil penelitian yaitu (1) Dalam penerapan strategi pemasaran Toko Bag Corner saat ini telah menerapkan empat komponen dalam teori strategi pemasaran yaitu segmentasi, targetting, positioning, dan diferentiation. Namun penerapan strategi pemasaran Toko Bag Corner saat ini belum optimal pada komponen segmentasi dan targetting, sehingga belum mampu meningkatkan penjualan. (2) Dalam penerapan promosi Toko Bag Corner saat ini telah menerapkan lima cara dalam teori promosi yaitu penjualan pribadi (personal selling), periklanan (advertising), publikasi (publicity), promosi penjualan (sales promotion), dan hubungan masyarakat (public realition). Namun penerapan promosi Toko Bag Corner saat ini belum optimal pada cara promosi penjualan pribadi (personal selling), promosi penjualan (sales promotion), dan hubungan masyarakat (public realition). Sehingga belum mampu meningkatkan penjualan.

Dari hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa sebuah usaha memiliki target-target yang harus dicapai, berupaya menarik pelanggan dengan cara yang tepat sehingga pelanggan memiliki loyalitas dan kesetiaan terhadap produk dan perusahaan melalui berbagai upaya yaitu memberikan kualitas layanan yang baik kepada pelanggan.

Selanjutnya, dengan menerapkan kualitas layanan yang baik maka pelanggan akan semakin bertambah maka perusahaan merencanakan strategi lainnya untuk meningkatkan penjualan produk dengan menerapkan beberapa indikator yaitu melakukan segmentasi pasar, melakukan targetting dan melakukan positioning. Strategi pemasaran adalah penetapan suatu kebijakan pemasaran dan mengendalikan faktor-faktor yang dapat dikuasai, serta faktor-faktor kekuatan untuk mencapai tujuan dengan kepuasan pelanggan atau konsumen.

KESIMPULAN

Ekonomi Islam Merealisasikan keseimbangan antara kepentingan Individu dan Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa:

1. Penerapan strategi pemasaran sangat berperan dalam meningkatkan penjualan pada CV. Bintang Keramik Gunungsitoli. Dalam penerapan strategi pemasaran CV. Bintang Keramik Gunungsitoli saat ini telah menerapkan tiga komponen dalam teori strategi pemasaran yaitu segmentasi, targetting dan positioning.
2. Strategi pemasaran membantu mengidentifikasi target pelanggan yang potensial, dengan pemahaman yang lebih baik tentang pelanggan, perusahaan dengan menyesuaikan pesan dan taktik pemasaran yang dilakukan oleh CV. Bintang Keramik Gunungsitoli.
3. Strategi pemasaran merupakan upaya melakukan identifikasi target pasar, membangun hubungan dengan pelanggan, melakukan promosi, pengembangan produk dan memahami persaingan yang terjadi.
4. Mempertahankan kualitas layanan dapat membantu perusahaan dalam menerapkan

strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan, menarik perhatian pelanggan dan mendorong pembelian produk yang semakin meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2016). Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. Alfabeta. Bandung.
- Anoraga, Pandji. (2016). Manajemen Bisnis. Rineka Cipta. Semarang.
- Ardianto. (2016). Prosedur Penelitian, Edisi Revisi VI. Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
- Assauri, S. (2017). Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Daryanto. (2016). Manajemen Pemasaran. Sari Kuliah. Satu Nusa. Bandung.
- Hamel & Prahalad. (2018). Pengantar Bisnis. BPEE. Yogyakarta.
- Hurriyati. (2020) Manajemen Penjualan. Bandung: Alfabeta.
- Indra Wijaya. (2018). Manajemen Pemasaran. AMUS. Yogyakarta.
- Jhon A. Byne. (2019). Pemasaran Strategi. Andi. Yogyakarta.
- Kartajaya. (2019). Manajemen Pemasaran. Andi. Yogyakarta.
- Kasmir. (2019). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- KBBI. 2019. Pengertian Strategi: <https://kbbi.web.id/strategi>. diakses 22 Mei 2023.
- Kotler, P. & Gray Armstrong. (2018). Dasar-Dasar Pemasaran. PT. Indeks. Jakarta.
- Krismiaji. (2018). Sistem Informasi Akuntansi. Jakarta: Gramedia Pusaka Utama.
- Lestari, E. P. (2017). Pemasaran Strategik. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Midjan. (2019). Sistem Informasi Akuntansi. Yogyakarta: Andi.
- Nurdin. (2016). Smart Strategy Of Marketing. Alfabeta. Bandung.
- Ristiyanti, Prasetijo. (2017). Perilaku Konsumen, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Setiawan. & Mulyadi. (2016). Perencanaan Dan Pengendalian Manajemen. PT Salemba Emban Patria. Jakarta.
- Sopiah. (2018). Salesmanship (Kepenjualan). Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D. Alfabeta. Bandung.
- Suliyanto. (2016). Metode Riset Bisnis. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Sunarto. (2017). Manajemen Pelayanan Prima. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sunyoto, D. (2017). Marketing Strategy Top Brand Indonesia. Andi. Yogyakarta.
- Suryana. (2018). Kewirausahaan Pedoman Praktis Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta: Salemba Empat.
- Swasta, B. (2018). Manajemen Pemasaran. Liberty. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, (2017), Strategi Pemasaran, Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. & Gregorius Chandra. (2018). Pemasaran Strategi. Yogyakarta: Andi.
- Walliman, N. (2017). Research Methods: The Basics. Routledge. AMUS. Yogyakarta.