

STRATEGI PEMASARAN PROMO BELI BANYAK LEBIH MURAH ALTA SPRINGBED DI LOTTEMART PAKUWON

Ernawati¹⁾, Kurniawati²⁾, Komarun Zaman³⁾

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pemuda, Surabaya, Indonesia^{1) 2) 3)}

ernawaytu@gmail.com¹⁾, kurniawati.stiepemuda@gmail.com²⁾, komarunzaman55@gmail.com³⁾

ABSTRACT

This study aims to find out the marketing strategy carried out by sales staff towards the promo to buy a lot cheaper Alta Springbed provided by Lottemart Lottemart Mall Pakuwon Center Surabaya. This study uses qualitative research methods with sales staff on duty at Lottemart Lottemart Mall Pakuwon Center Surabaya as informants or information providers. The results of this study indicate that there has been an increase in sales turnover of Alta Springbed from 2021 to 2022. The marketing strategy undertaken is to promote Alta Springbed through social media using internet technology and by serving consumers who come to Lottemart Pakuwon Trade Center. The main social media used is Facebook because social media Facebook is still in great demand by the public.

Keywords: *Alta Springbed, Sales turnover, Marketing strategy, Social media*

1. PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan salah satu bagian dari manajemen perusahaan yang memiliki peran penting dalam keberhasilan sebuah perusahaan dan menjadi salah satu faktor utama tujuan perusahaan mengalami keuntungan atau kerugian. Manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai suatu tujuan organisasi secara efektif dan efisien (Shinta & Press, 2011). Dari pernyataan tersebut dapat diartikan manajemen pemasaran alat untuk mengawasi kegiatan strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang baik tidak lepas dari pentingnya peran sebuah manajemen pemasaran di perusahaan. Pada perusahaan-perusahaan bisnis terdahulu manajemen pemasaran dilakukan dengan tinjauan langsung ke pasar dengan melakukan observasi terhadap lingkungan, volume pembeli dan minat konsumen terhadap produk yang akan dipasarkannya. Hal ini ditunjukkan dengan adanya sosial media, adanya peraturan pemerintah yang memberikan fasilitas bazar dalam upaya pengenalan produk-produk bisnis, adanya transformasi retail dan perusahaan perantara seperti ebay dan yahoo, berbagai cara pemasaran akan dilakukan perusahaan dengan tujuan menaikkan omzet penjualan atau pendapat sebuah perusahaan.

Omzet penjualan adalah akumulasi dari kegiatan penjualan suatu produk barang-barang dan jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu secara terus menerus atau dalam satu proses akuntansi (Aisyah, 2021). Dari pendapat tersebut, omzet dapat diartikan pendapatan kotor atau sejumlah nilai yang dihasilkan dari penjualan produk pada periode tertentu dan dicatat dalam pembukuan perusahaan. Keuntungan tersebut bisa dicapai tergantung bagaimana cara penjual mendapatkan banyak konsumen atau pelanggan sehingga dapat melakukan minat beli ulang terhadap sebuah produk. Maka perusahaan mengupayakan pembaharuan pada strategi pemasarannya. Ditambah lagi ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat maju membuat konsumen lebih mudah membandingkan kualitas produk lebih unggul, harga lebih murah, efisiensi jarak pengiriman yang mempengaruhi biaya jasa pengiriman.

Perilaku konsumen tersebut sangat mempengaruhi strategi pemasaran di era sekarang ini sangat baik.

Menurut p2j.unkris.ac.id lottemart merupakan jaringan hypermarket di asia yang menjual berbagai bahan makanan, pakaian, mainan, elektronik dan barang lainnya. Di lottemart sendiri juga menjual perlengkapan furniture terutama springbed atau tempat tidur. Salah satu merek springbed yang dijual di lottemart adalah Alta Springbed yang memiliki promo khusus untuk lottemart yaitu beli banyak lebih murah. Promo tersebut hanya berlaku untuk Alta Springbed dan tidak berlaku untuk merek kasur yang lain.

Alta Springbed sendiri merupakan kasur yang diproduksi oleh PT Seribu Satu Jaya dengan daerah produksi provinsi Jawa Barat, Alta Springbed sendiri masih satu tempat produksi dengan Central Springbed, In The Box Springbed dan Ameera Springbed. Alta springbed memiliki berbagai jenis tipe dan ukuran seperti multibed, matras, dan bedset. Keseluruhan kasur Alta Springbed berwarna putih dan tidak menyediakan warna lain dan tidak dapat pemesanan warna lain tetapi Alta Springbed menyediakan fasilitas untuk pemesanan ukuran diluar standar. Promo beli banyak lebih murah merupakan bentuk strategi pemasaran yang dilakukan oleh Lottemart untuk menarik perhatian konsumen agar melakukan pembelian atau transaksi dalam jumlah banyak. Dengan ketentuan pembelian jumlah banyak akan mendapatkan harga berbeda dengan pembelian satuan. Setiap item dan jenis barang berbeda-beda untuk minimal pembelannya agar mendapatkan harga lebih murah. Startegi ini dilakukan untuk meningkatkan omset penjualan toko pasca terjadinya pandemi covid-19. Diharapkan dengan adanya promo beli banyak lebih murah ini dapat menormalkan omset toko seperti sebelum terjadi pandemic covid-19.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tommy Wicaksono pada tahun 2018 dengan judul “Analisis Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Di Jungleground Adventure Theme Park Pada Tahun 2017” dengan strategi pemasaran yang dilakukan pada media cetak dan media elektronik dan dilakukan di pasar tradisional dan tidak dilakukan di pasar modern atau di mall dan tahun penelitian yang dilakukan juga berbeda.

Berbeda juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Nasrulkhak Akkas pada tahun 2019 yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Springbed Di PT Donggala Bintang Lestari Palu” penelitian tersebut dilakukan pada pasar tradisional walaupun dengan obyek yang sama tetapi stragegi pemasaran yang berbeda dan tahun penelitian juga berbeda.

Perbedaan penelitian sebelumnya juga terdapat pada penelitian yang dilakukan oleh Yoga Religia Dan Nurrohariah pada tahun 2020 dengan judul “Penerapan Konsep Asosiasi Menggunakan Algoritma Apriori Pada Penjualan Produk Furniture Di CV. Metropolitan Mitra Utama” strategi yang digunakan dengan menggabungkan keragaman produk lain sebagai pelengkap springbed sebagai produk utama yang dijual seperti lemari dipasangkan dengan springbed atau meja belajar yang dijual satu paket dengan springbed. Startegi pemasaran yang dilakukan berbeda dengan stratgei penelitian yang dilakukan saat ini. Ditambah dengan tempat pemasaran yang berbeda dan tahun penelitian yang berbeda. Tujuan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui strategi pemasaran apa yang dilakukan oleh staf penjualan dalam meningkatkan omset terhadap promosi beli banyak lebih murah yang diberikan oleh Lottemart.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan penelitian deskriptif. Alasan dibalik penggunaan metode kualitatif oleh peneliti adalah untuk menganalisis strategi pemasaran kasur Lottemart khususnya pembelian barang promosi yang jauh lebih murah, salah satu barang promosi utama. Jenis penelitian kualitatif ini bertujuan untuk memperoleh informasi tentang proses. Oleh karena itu peneliti akan mengumpulkan data hasil wawancara dari informan (staf penjualan) bagaimana tenaga penjual atau staff penjualan melakukan strategi pemasaran pada saat promosi untuk membeli produk matras Alta Springbed di Lottemart dengan harga yang lebih murah, strategi pemasaran apa yang dilakukan untuk mendapat kepercayaan konsumen melalui promosi yang dilakukan, karena kuantitas produk yang dibeli harus banyak. Dengan adanya penelitian ini diharapkan para peneliti yang hadir

dapat menggali banyak informasi dari informan untuk mendukung penelitian ini, sehingga diperoleh data yang lengkap.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pemasaran merupakan hal paling penting dalam kegiatan pemasaran, begitu pula strategi yang dilakukan oleh staf penjualan yang merupakan ujung tombak kegiatan pemasaran. Menurut pendapat Untari & Fajarina (2018) strategi pemasaran merupakan rangkaian suatu kegiatan yang terarah untuk mencapai sasaran dengan pola pikir yang inovatif dan kreatif, untuk menghadapi kecenderungan yang terjadi di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan, yang akan berpengaruh terhadap kepentingan maupun masa depan itu sendiri. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh staf penjualan Alta Springbed di Lottemart Pakuwon Centre mall Surabaya merupakan strategi pemasaran yang menggabungkan antara pemasaran offline dan online dimana pemasaran offline dilakukan dengan menawarkan produk pada pengunjung yang datang di mall atau dengan melakukan pembagian brosur pada kawasan perumahan terdekat dengan mall bahkan sampai ke kawasan yang jauh dari mall untuk memperluas pemasaran dan memperkenalkan produk kepada masyarakat yang bertempat tinggal jauh dari lottemart marvel city mall.

Strategi pemasaran yang kedua yaitu dengan pemasaran online, dimana diharapkan lebih banyak konsumen atau calon pembeli lebih mengenal produk kasur Alta Springbed dari berbagai sosial media dan market place yang dipakai sebagai sarana untuk memasarkan produk kasur Alta Springbed tersebut. Sosial media yang dipakai adalah instagram, facebook dan tiktok dengan menggunakan akun pribadi mereka. Selain pemasaran offline dan online yang dilakukan, staff penjualan juga menawarkan kasur tersebut kepada kerabat atau keluarga yang ingin membeli untuk dijual kembali, karena harga yang ditawarkan saat promosi beli banyak lebih murah memiliki perbedaan yang jauh saat produk tersebut dijual dengan harga satuan, perbedaan tersebut mencapai 600 ribu sampai 800 ribu per 1 unit kasur Alta Springbed. Jadi, jika konsumen membeli untuk dijual lagi, konsumen tersebut dapat menjual produk yang sama dengan harga lebih murah disbanding harga yang ada di lottemart Pakuwon Centre mall Surabaya.

Kelebihan dan kekurangan strategi pemasaran online dan offline meliputi:

- 1) Kelebihan pemasaran offline
 - a) Dapat bertemu langsung dengan konsumen atau calon pelanggan
 - b) Dapat berkomunikasi dengan nyaman saat menyampaikan pengetahuan tentang produk mulai dari material, ukuran sampai proses garansi produk
 - c) Konsumen dapat melihat produk langsung melalui display yang tersedia
- 2) Kekurangan pemasaran offline
 - a) Jangkauan yang didapatkan kurang luas karna hanya mengharapakan konsumen tersebut datang ke tempat pemasaran
- 3) Kelebihan pemasaran online: Jangkauan yang didapatkan cukup luas
- 4) Kekurangan pemasaran online
 - a) Penjelasan tentang produk kurang maksimal karena hanya dilakukan dengan chat
 - b) Konsumen melihat produk hanya dari gambar foto
 - c) Kesulitan mendapatkan kepercayaan konsumen karena harus transaksi atau melakukan pembayaran tanpa bertatap muka dengan nominal pembayaran yang cukup besar.

Table 1. Harga Promo Beli Banyak Lebih Murah Tahun 2023

Item Alta Springbed	Minimal Quantity	Harga Promo
Alta matras galaxy busa 100x200	10 pcs	Rp. 575.000
Alta matras galaxy busa 120x200	10 pcs	Rp. 600.000
Alta matras galaxy busa 160x200	5 pcs	Rp. 950.000
Alta matras galaxy busa 180x200	5 pcs	Rp. 950.000
Alta matras cozy 100x200	5 pcs	Rp. 899.000
Alta matras cozy 120x200	10 pcs	Rp. 950.000
Alta matras cozy 160x200	10 pcs	Rp. 1.049.000
Alta matras cozy 180x200	5 pcs	Rp. 1.199.000
Alta bedset 2in1 beat 100x200	4 pcs	Rp. 2.250.000
Alta bedset 2in1 beat 120x200	4 pcs	Rp. 2.450.000
Alta multibed maxy 100x200	5 pcs	Rp. 999.000
Alta multibed maxy 120x200	5 pcs	Rp. 1.049.000
Alta multibed maxy 160x200	5 pcs	Rp. 1.599.000

Sumber : Lottemart Pakuwon (2023)

Dijelaskan bahwa dalam promo beli banyak lebih murah terdapat minimal quantity pembelian jika menginginkan harga lebih murah dan pembelian harus menyesuaikan dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.

Tabel 2. Penjualan Produk Alta Springbed Tahun 2021

Item	Quantity Penjualan	Total Harga (Rp.)	Total Penjualan Tahun 2021 (Rp.)
Alta Matras galaxy busa 100x200	31	16.509.000	652.531.000
Alta Matras galaxy busa 120x200	8	5.592.000	
Alta matras cozy 120x200	18	17.982.000	
Alta matras cozy 160x200	500	509.016.000	
Alta matras cozy 180x200	62	72.638.000	
Alta multibed maxy 120x200	29	30.794.000	

Sumber : lottemart Pakuwon (2021)

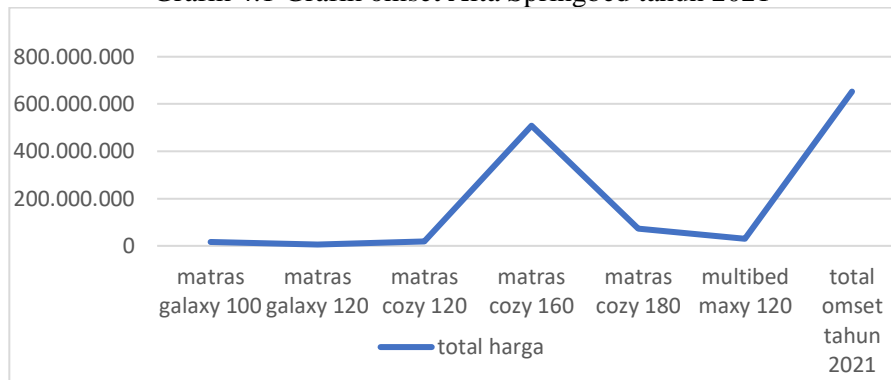
Tabel 3. Penjualan produk Alta Springbed Tahun 2022

Item	Quantity Penjualan	Total Harga	Total Penjualan Tahun 2022 (Rp.)
Alta Matras galaxy busa 100x200	10	6.029.000	835.644.000
Alta matras cozy 160x200	693	731.608.000	
Alta matras cozy 180x200	67	80.533.000	
Alta multibed maxy 120x200	11	17.474.000	

Sumber : lottemart Pakuwon (2022)

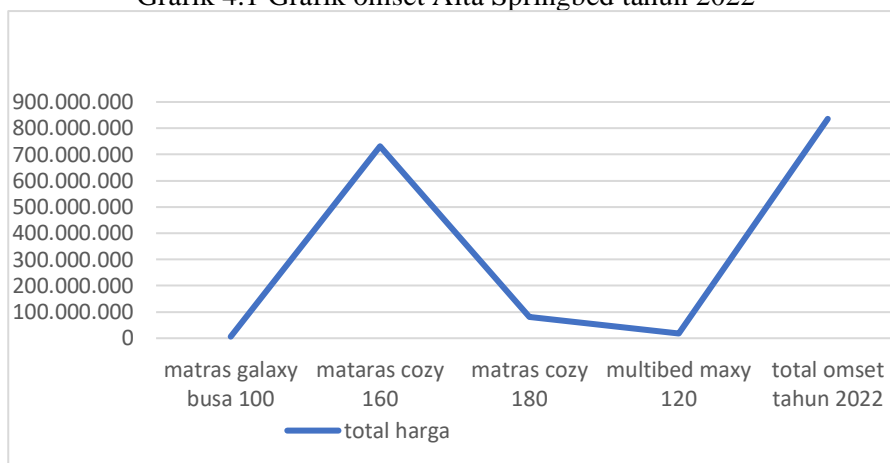
Dari data penjualan diatas dapat dilihat bahwa terdapat peningkatan penjualan Alta Springbed setiap tahunnya sebesar 20%, itu menyatakan bahwa strategi pemasaran yang digunakan sudah baik dan sudah sesuai dengan tujuan perusahaan yaitu mendapat omset maksimal dengan keuntungan perusahaan yang semakin bertambah.

Grafik 4.1 Grafik omset Alta Springbed tahun 2021



Sumber : lottemart Pakuwon (2021)

Grafik 4.1 Grafik omset Alta Springbed tahun 2022



Sumber : lottemart Pakuwon (2022)

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa omset penjualan tahun 2021 sebesar Rp. 652.531.000 dan omset penjualan pada tahun 2022 sebesar Rp. 835.644.000. dari data diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan omset sebesar 20% dan penjualan terbanyak adalah tipe matras cozy 160 x 200 dengan peningkatan omset sebesar Rp. 183.113.000 dari tahun 2021 sampai tahun 2022.

Sosial Media Facebook

Sosial media merupakan salah satu tanda bahwa terjadinya kemajuan teknologi dimana segala informasi mudah didapatkan hanya dengan mengakses internet, selain kegunaan facebook untuk melakukan kegiatan pertemanan, facebook sekarang dapat digunakan untuk melakukan kegiatan jual beli mulai dari pedagang kecil, reseller sampai pedagang besar dan distributor dari berbagai daerah, bahkan di facebook itu sendiri disediakan wadah khusus jual beli seperti market place serta kemudahan pembuatan grup yang dapat dengan memberi kemudahan akses bagi siapa saja yang ingin menjadi anggota grup yang telah dibuat oleh seseorang. Kemudahan tersebut yang membuat masyarakat masih memilih facebook menjadi salah satu sosial media favorit dalam melakukan berbagai kegiatan dari jual beli atau hanya sekedar mencari informasi lainnya. Facebook salah satu jejaring sosial yang populer dan sering diakses oleh pengguna internet ini, mempunyai fitur yang lengkap unruk berkomunikasi satu dengan yang lain (Wahyuningtyas, 2021).

Sosial Media Instagram

Tidak kalah dengan facebook, instagram juga menjadi salah satu sosial media favorit masyarakat. Tetapi penggunaan instagram untuk mencari peminat atau pelanggan tidak semudah facebook yang memiliki wadah sendiri. Di instagram penjual harus bisa menarik konsumen atau calon pembeli dengan usaha lebih keras dengan harapan orang tersebut dapat mengikuti akun yang telah dibuat oleh penjual. Jika bentuk promosi kita tidak menarik maka akan kesulitan bagi penjual untuk membuat konsumen tertarik dengan barang atau produk yang dijual. Menurut Pratiwi dan Madanacaragni (2020) instagram merupakan salah satu media berbagi yang memberikan fasilitas bagi para pengguna untuk berbagi dengan media gambar atau foto dan video. Instagram sendiri lebih berfokus pada tagar sebagai pendukung video atau gambar yang diunggah pemilik akun agar postingan yang diunggah dapat menjangkau banyak pengguna instagram yang lain. Tagar tersebut bisa ditambahkan saat pembuatan promosi produk dengan harapan produk tersebut dapat muncul dan dikenal luas oleh masyarakat melalui bantuan tagar tersebut.

Sosial Media TikTok

Tiktok merupakan salah satu media sosial yang sedang naik daun ditahun 2022 dan 2023 bahkan eksistensinya hampir mengalahkan instagram, tweeter dan facebook. Dari penggunaan tiktok yang awalnya hanya untuk mencari hiburan. Saat ini tiktok banyak digunakan untuk kegiatan jual beli bahkan dapat dikatakan sebagai salah satu strategi pemasaran. Pengenalan produk atau bentuk promosi dengan menggunakan video pendek dengan didampingi berbagai macam aliran musik membuat konsumen atau calon pembeli menjadi lebih tertarik dengan video atau cara promosi yang dilakukan oleh penjual. Ditambah dengan adanya aplikasi capcut yang memudahkan para penjual untuk mengedit barang dagangannya, selain dengan edit video atau pembuatan video banyak penjual yang melakukan siaran langsung untuk menjual produknya dan tidak jarang banyak penonton yang tidak membeli tapi memberikan stiker yang bisa dicairkan dalam bentuk uang, stiker tersebut memiliki banyak macam dan setiap stiker memiliki nominal rupiah yang berbeda. Tiktok menjadi portal yang sangat potensial dimanfaatkan anak muda untuk mempromosikan produknya (Endarwati&Ekawarti, 2021). Karena semakin banyaknya peminat media sosial tiktok, banyak anak muda yang memiliki bisnis jual beli online memanfaatkannya untuk membantu menjalankan bisnisnya dengan harapan dapat meningkatkan omset penjualannya.

4. SIMPULAN

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh staf penjualan berhasil. Pernyataan tersebut dapat dibuktikan dengan adanya peningkatan omset penjualan yang cukup signifikan dari tahun 2021 sampai tahun 2022. Saran yang diberikan penulis yaitu strategi pemasaran yang sudah berjalan sudah cukup baik tetapi penulis ingin memberikan masukan atau saran jika strategi pemasaran ditambah dengan mengumpulkan konsumen yang ingin membeli kasur Alta Springbed dengan harga promo beli banyak lebih murah tetapi *quantity* atau jumlah kurang dari syarat dan ketentuan yang berlaku. Dengan menggunakan sistem inden, jika sudah memenuhi jumlah minimal promo beli banyak lebih murah batu dilakukan transaksi dengan begitu sales atau staf penjualan tidak hanya menunggu konsumen pembelian partai besar tetapi juga bisa dengan pembelian jumlah kecil yang dikumpulkan menjadi jumlah yang besar sesuai dengan ketentuan promo. Diharapkan saran tersebut dapat menjadi masukan positif agar siklus atau perputaran barang tetap berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

Endarwati, Esti Tri & Yuni Ekarwati. 2021. Efektifitas Penggunaan Sosial Media Tik Tok Sebagai Media Promosi Ditinjau Dari Perspektif BUying Behaviors. *MANDAR: Management development and Applied Research Journal 4 (1), 112-12-,2021.*

- Akkas, N. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Spring Bed Pada Pt. Donggala Bintang Lestari Palu. *Jurnal Sinar Manajemen*, 6(1), 79–88. <http://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JSM/article/view/553>
- Pratiwi, Aprilianti & M. Girindra Madanacaragni. 2020. Instagram Sebagai Media Promosi Festival Pariwisata Kota Bogor (Studi Etnografi Virtual Pada Akun @cgmbogor_fest). *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3 (1), 117-145,2020.
- P2k.unkris.ac.id. 2020. Lottemat | Pusat Ilmu Pengetahuan | Unkris (online). http://p2k.unkris.ac.id/id3/2-3065-2962/Lotte-Mart_24322_stie-walisongo_p2k-unkris.html
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jawa Timur: Universitas Brawijaya Press. <https://books.google.co.id/books?id=5OiZDwAAQBAJ>
- Untari Dewi & Dewi Endah Fajariana. 2018. Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @subur_barik). *Widya Cipta:Jurnal Sekretari Dan Manajemen* 2 (2), 271-278.2018.
- Wahyuningtyas, Meti. 2021. Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Promosi Produk UMKM (Studi Kasus UMKM sejoli Jamu Instan Di Desa Paringan Kecamatan Jenangan Kabupaten Ponorogo).
- Wicaksono, Tommy. 2018. Analisis Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Di Jungleland Theme Park Pada Tahun 2017.
- Yoga, R., & Nurrohariah, R. (2019). Penerapan Konsep Asosiasi Menggunakan Algoritma Apriori Pada Penjualan Produk Furniture Di Cv. Metropolitan Mitra Utama. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10, 122–12