

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
PADA PRODUK BAHAN BANGUNAN DI TOKO BANGUNAN SINAR MAS
PUTRA DESA NGEPLAK MAYONG JEPARA**

Oleh: Muhammad Hasan Ubaidillah Albab

Pembimbing: Eka Arif Nugraha, S.Pd

Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Jepara

Abstrak

Toko bahan bangunan merupakan suatu usaha dibidang perdagangan jual beli alat-alat bangunan seperti, besi, paku, semen, seng, dan bahan-bahan bangunan lainnya. Seperti salah satu contoh toko bangunan SINAR MAS PUTRA yang berada di desa ngemplak. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang mencari data dari wawancara, observasi, dan beberapa situs terpercaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran dan kendala. Cara mengatasi strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan yaitu dengan cara strategi produk, strategi harga, strategi promosi. Adapun kendala yang dihadapi oleh Toko Bangunan Sinar Mas Putra untuk meningkatkan volume penjualan meliputi persediaan harga bahan baku bangunan yang tidak stabil dan mengalami kelangkaan dan persaingan bisnis yang sangat ketat

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Volume Penjualan, Toko Bangunan Sinar Mas

LATAR BELAKANG

Perkembangan dunia industri bahan bangunan tahun-tahun ini semakin berkembang pesat. Didukung dengan peralatan dan sumber daya yang memadai dalam menciptakan hasil bahan bangunan yang berdaya guna tinggi. Pertambahan jumlah penduduk dan pemukiman yang semakin padat disetiap daerah membuka peluang bisnis usaha bahan bangunan

dalam menyerap pasar yang ada. Bisnis toko bahan bangunan merupakan suatu usaha dibidang perdagangan jual beli alat-alat bangunan seperti, besi, paku, semen, seng, dan bahan-bahan bangunan lainnya. Dengan makin maraknya bisnis properti membuat keberadaan bisnis bahan bangunan menjadi salah satu usaha yang banyak di buru, bisnis bahan bangunan juga menjanjikan keuntungan

yang cukup baik, sedangkan untuk resiko kerugian minim. Sekarang telah banyak bisnis bahan-bahan bangunan yang ada. Hal ini membuat tingkat persaingan perusahaan dibidang bahan-bahan bangunan pada saat ini menjadi lebih ketat. Di dalam bisnis bahan-bahan bangunan ada beberapa strategi marketing yang banyak digunakan oleh

RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada produk bahan bangunan di Toko Bangunan Sinar Mas Putra Ngemplak Jepara?
2. Apa kendala yang dihadapi Toko Bangunan Sinar Mas Putra Ngemplak Jepara ?

TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada produk bahan bangunan di Toko Bangunan Sinar Mas Putra Ngemplak Jepara.
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi Toko Bangunan Sinar Mas Putra Ngemplak Jepara.

beberapa pengusaha. Contohnya seperti harga yang lebih murah ketika ada pembelian secara retail, adanya harga khusus bagi pelanggan, pelayanan pesan antar kepada konsumen dan lain-lain. Konsep toko besi yang digunakan yaitu toko yang menjual berbagai bahan keperluan untuk bangunan seperti semen, bahan material lainnya untuk konstruksi.

KAJIAN PUSTAKA

Strategi Pemasaran

Strategi adalah alat yang sangat penting untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Kegiatan pemasaran dalam bisnis adalah keniscayaan. Artinya, setiap organisasi memiliki harapan dan keinginan untuk mencapai suatu tujuan.

Toko Bangunan

Toko bangunan adalah tempat yang digunakan pada disiplin usaha penjualan kebutuhan pembangunan dan perlengkapan rumah. Toko Bangunan dikelola oleh kepala toko dan dalam bagian kasir dikelola oleh admin.

Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menekankan pada *quality* atau hal yang terpenting suatu hal atau jasa. Hal yang terpenting suatu barang atau jasa yang berupa kejadian, fenomena, dan gejala sosial adalah makna dibalik kejadian tersebut dapat dijadikan pelajaran berharga bagi pengembangan konsep teori. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah studi library yang dilakukan dengan mencari referensi dari artikel penelitian di situs website yang terpercaya.

PEMBAHASAN

1. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Pada Produk Bahan Bangunan di Toko Bangunan Sinar Mas Putra Ngemplak Jepara

Strategi pemasaran merupakan cara bagi perusahaan untuk menjual produknya kepada masyarakat.

a. Strategi produk (Product)

Kegigihan dan komitmen yang dimiliki setiap karyawan di Toko Bangunan Sinar Mas Putra diharapkan mampu membuat atau memberikan kepuasan yang

maksimal kepada para pelanggannya. Produk dari toko bangunan ini adalah semen, besi, pipa, spandek, cat besi dan kayu. Toko bangunan Sinar Mas Putra merupakan solusi bagi konsumen yang mencari bahan bangunan, hal ini dikarenakan konsumen dapat memesan produk yang mereka inginkan walaupun sebagian barang tersebut tidak ada di Toko Bangunan Sinar Mas Putra. Seperti yang dikatakan oleh Bapak H. Ulil Albab selaku pemilik Toko Bangunan:

“Seorang konsumen bisa memesan keramik walaupun tidak tersedia di Toko Bangunan Sinar Mas Putra akan tetapi jika konsumen ingin membeli keramik, agen pemasaran dari Toko kami siap melayani dan memesankannya langsung. Selain itu pembeli bisa ikut langsung untuk memilih model keramik yang diinginkan”.

b. Strategi Harga (Price)

Penempatan harga dalam istilah syariah tidak terlalu rumit.

Dasar-dasar penempatan harga produk ini tidak ditentukan sebagai kelipatan setelah dikurangi biaya produksi. Dari sudut pandang syariah konsep harga tidak hanya didasarkan pada faktor keuntungan, tetapi juga pada aspek daya beli masyarakat dan kesejahteraan rakyat. Menunjukkan bahwa konsep keuntungan berlipat dari penetapan harga yang mahal tidak dibenarkan

c. Strategi Promosi (*promotion*)

Promosi atau periklanan merupakan kegiatan bauran pemasaran yang sama pentingnya dengan kegiatan di atas yaitu strategi harga. Dalam hal ini pengusaha berusaha untuk mempromosikan semua produk jasa secara langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi atau periklanan, pelanggan tidak akan mengetahui produk atau layanan yang ditawarkan. Oleh karena itu, periklanan merupakan cara yang paling efektif untuk menarik dan mempertahankan konsumen.

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Bai selaku karyawan toko bangunan mengatakan:

“Selain memberikan potongan harga untuk barang-barang tertentu, promosi juga dilakukan untuk menarik minat konsumen dengan cara memperbolehkan konsumen untuk membeli barang seperti semen bisa dibeli kiloan serta pipa bisa dibeli permeter oleh konsumen. Kami juga menjual produk langsung kepada pelanggan, dengan cara menawarkan *via online* oleh tim pemasaran ataupun langsung datang kepada kami untuk melakukan pembelian”.

2. Kendala yang dihadapi Toko Bangunan Sinar Mas Putra Ngemplak Jepara

Berdasarkan wawancara dengan H. Ulul Albab yang merupakan pemilik Toko Bangunan Sinar Mas Putra mengatakan:

“Kendala yang kami alami, hanya pada saat harga bahan bangunan dimasa covid ini naik, dan juga kadang bahan bangunan yang kami

cari sedang langka seperti besi. Inilah yang kami alami ketika harga naik dan kami bingung. Karena jika bahan bangunan naik kami harus tetap menstabilkan harga kepada konsumen tetang kami sehingga mereka tidak kecewa.”

Hal senada juga yang disampaikan oleh Bapak Bai selaku karyawan mengatakan bahwa: “Kendala yang dihadapi dalam mempromosikan adalah persaingan yang sangat ketat, dikarenakan juga banyak usaha yang sejenis apalagi dimedia social”.

Lebih lanjut:

Kurangnya juga pemahaman dalam penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran produk yang ditawarkan. Salah satu masalah yang sering kali muncul ketika menggunakan media sosial untuk strategi pemasaran barang”.

KESIMPULAN

Dari pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa promosi Toko Bangunan Sinar Mas Putra selain mengandalkan pemasaran langsung, juga menggunakan media sosial seperti *facebook* dan *whatasapp* untuk

memasarkan produknya. Salah satu strategi yang digunakan adalah dengan memberikan diskon pada produk bahan bangunan tertentu dengan pembelanjaan minimal Rp 500.000.

Adapun kendala yang dihadapi oleh Toko Bangunan Sinar Mas Putra untuk meningkatkan volume penjualan meliputi persediaan harga bahan baku bangunan yang tidak stabil dan mengalami kelangkaan dan persaingan bisnis yang sangat ketat

DAFTAR PUSTAKA

- Djunaidi Ghony dan Fauzan Almansyur, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta, Ar-Ruzz Media, 2012)
- Muhamad Eko Ariwibowo, “*Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Tinggi Swasta*”, *Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management And Business*, Vol. 2, No. 2, April 2019
- Ita Nurcholifah, “*Strategi Marketing Mix dalam Persepektif Syariah*”, *Jurnal khatulistiwa – Jurnal Of Islamic Studies* Vol. 4, No.1 Maret 2014
- Irham Fahmi, *Manajemen Produksi dan Operasi*, (Bandung:Alfabet, 2012)