

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 2, Nomor 7, 2024, Halaman 415-419
Licenced by CC BY-SA 4.0
E-ISSN: 2986-6340
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.12688267>

Analisis Implementasi Strategi Promosi Produk Pada PT. Indomarco Prisma Indonesia (Toko Indomaret Telukjambe 58)

Mutiara¹, Dedi Mulyadi², Sungkono³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang
Email: ¹mn21.mutiara@mhs.ubpkarawang.ac.id ²dedi.mulyadi@ubpkarawang.ac.id ³sungkono@ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Toko Indomaret Telukjambe 58 mengalami penurunan penjualan produk fokus promosi sehingga menyebabkan *sales* harian turun, peneliti bertugas untuk membantu perusahaan menganalisis strategi yang harus dilakukan guna meningkatkan penjualan produk fokus promosi sehingga nantinya *sales* harian akan naik. Dengan adanya penelitian ini dipastikan peneliti dapat membantu perusahaan dalam menerapkan strategi yang harus dilakukan agar terjadinya peningkatan penjualan produk fokus promosi. Solusi mendasar yang harus diterapkan pada Toko Indomaret Telukjambe 58 guna meningkatkan penjualan produk fokus promosi dan peningkatan *sales* harian toko adalah dimana keikutsertaan dari seluruh lapisan karyawan yang bersangkutan pada toko terhadap konsistensinya penawaran produk fokus promosi pada konsumen yang berbelanja, dan tersedia dengan baiknya sarana prasarana yang mendukung dalam penerapan Strategi promosi yang berlangsung guna memudahkan konsumen untuk melihat produk apa saja yang sedang menjadi produk fokus promosi.

Kata kunci : *strategi promosi, produk, indomaret*

Abstract

The Indomaret shop Telukjambe 58 experienced a decline in sales of promotion-focused products, causing daily sales to fall. The researcher was tasked with helping the company analyze the strategies that must be implemented to increase sales of promotion-focused products so that later daily sales would increase. With this research, it is certain that researchers can help companies implement strategies that must be carried out in order to increase sales of promotion-focused products. The basic solution that must be implemented at the Indomaret Telukjambe 58 Store in order to increase sales of promotion-focused products and increase the store's daily sales is the participation of all levels of employees concerned in the store in the consistent offering of promotional-focused products to consumers who shop, and the availability of good infrastructure. supports the implementation of ongoing promotional strategies to make it easier for consumers to see what products are currently the focus of promotional products.

Keywords: *promotional strategy, product, Indomaret*

Article Info

Received date: 20 June 2024

Revised date: 25 June 2024

Accepted date: 05 July 2024

PENDAHULUAN

Strategi penjualan adalah perencanaan yang penuh perhitungan dan ketelitian yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa.. Strategi penjualan biasanya digunakan untuk menarik pelanggan untuk menggunakan produk atau jasa yang bersangkutan. Strategi penjualan tidak sebatas pelanggan membeli produk, tetapi bagaimana caranya supaya pelanggan tersebut tertarik untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang telah dibelinya sehingga akan terus terjadi pembelian berulang.

Untuk menentukan strategi penjualan tidak boleh sembarangan. Kita harus memperhatikan langkah demi langkah agar tidak salah sasaran hingga mengalami kerugian. Itulah mengapa strategi penjualan memerlukan perhitungan.

Promosi adalah sebuah kegiatan komunikasi dalam lingkup bisnis di dalam suatu perusahaan produk atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat, dengan tujuan agar produk atau jasa di perusahaan dikenal oleh masyarakat serta dapat mempengaruhi masyarakat supaya berminat untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa dari perusahaan yang bersangkutan. Di dalam perusahaan kegiatan promosi merupakan salah satu kegiatan yang sangat diperlukan oleh perusahaan karena di satu pihak meyakinkan konsumen terhadap produk yang ditawarkan sedangkan di pihak lain

ini sangat menentukan suksesnya perusahaan menghadapi persaingan pasar. (Promosi & Komunikasi, 2014)

Toko Indomaret Telukjambe 58 mengalami penurunan penjualan produk fokus promosi sehingga menyebabkan *sales* harian turun, peneliti bertugas untuk membantu perusahaan menganalisis strategi yang harus dilakukan guna meningkatkan penjualan produk fokus promosi sehingga nantinya *sales* harian akan naik.

Artikel ini akan membahas mengenai Analisis Implementasi Strategi Promosi Produk pada Toko Indomaret Telukjambe 58 dan juga pembuatan artikel ini bertujuan untuk memenuhi Tugas Mata Kuliah Metodologi Penelitian, serta memahami dan memantapkan kecakapan mengenai strategi peningkatan penjualan produk fokus promosi.

Hipotesis

- Ha: Strategi Promosi memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan penjualan produk fokus promosi pada Toko Indomaret Telukjambe 58.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif di mana Penelitian kualitatif merupakan sebuah metode yang menekankan pada aspek pemahaman lebih mendalam terhadap suatu masalah dari pada melihat sebuah permasalahan. Penelitian kualitatif adalah sebuah penelitian riset yang sifatnya deskripsi, cenderung menggunakan analisis dan lebih menampakkan proses maknanya. Metode analisis data kualitatif adalah metode pengolahan data secara mendalam dengan data dari hasil pengamatan, dan literatur. Teknik menganalisis data kualitatif dengan cara meringkas, mengkategorikan dan menafsirkan.

Lokus Penelitian

Lokus penelitian adalah tempat penelitian tersebut dilakukan. Di mana penelitian ini terletak di PT. Indomarco Prisma Utama Indonesia (Toko Indomaret Telukjambe 58)

Responden

Responden penelitian ini terdiri dari pegawai dan pelanggan pada Toko Indomaret Telukjambe 58

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Toko Indomaret Telukjambe 58.

Sampel dalam penelitian ini merupakan sebagian dari populasi yang akan diambil untuk diteliti dan hasil penelitiannya digunakan untuk representasi dari populasi keseluruhan.

HASIL

Profil Perusahaan

Pada tahun 1988, didirikan gerai Indomaret sebagai hasil dari keinginan untuk mempermudah karyawan dalam mendapatkan kebutuhan sehari-hari. Seiring dengan perkembangan operasionalnya, perusahaan mulai fokus pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan perilaku konsumen. Beberapa karyawan ditugaskan untuk mengamati dan meneliti cara masyarakat berbelanja. Hasilnya menunjukkan bahwa masyarakat lebih memilih gerai modern karena menawarkan pilihan produk yang lengkap dan berkualitas, harga yang kompetitif, serta suasana belanja yang nyaman.

Seiring berjalannya waktu dan permintaan pasar, Indomaret terus memperluas jaringannya di berbagai lokasi seperti perumahan, perkantoran, niaga, wisata, dan apartemen. Proses ini menjadi pembelajaran berharga dalam mengoperasikan jaringan ritel besar dengan pengalaman yang beragam dan kompleks.

Indomaret menjadi pelopor dalam konsep bisnis waralaba minimarket di Indonesia. Respon masyarakat sangat positif, tercermin dari peningkatan jumlah waralaba Indomaret dari waktu ke waktu. Pemerintah juga mengakui kontribusi Indomaret melalui kebijakan yang mendukung konsep bisnis waralaba.

Hingga Agustus 2023, Indomaret telah tumbuh pesat dengan 22.077 gerai di seluruh Indonesia. Suplai barang dagangan utama untuk gerai berasal dari 42 pusat distribusi Indomaret yang menyediakan lebih dari 5.000 jenis produk. Keberadaan Indomaret semakin diperkuat dengan hadirnya Indogrosir, anak perusahaan yang mengusung konsep Pusat Perkulakan. (INDOMARET.CO.ID, n.d.)



Gambar 1. Logo Indomaret (sumber : WIKIPEDIA, n.d.)

Struktur Organisasi Toko Indomaret Telukjambe 58



Gambar 2. Struktur Organisasi toko Indomaret Telukjambe 58 (sumber : Toko Indomaret Telukjambe 58)

Alamat Perusahaan

Toko Indomaret telukjambe 58 terletak di M887+H45, Jl. Raya Tlk. Jambe, Telukjambe, Telukjambe Timur, Karawang, Jawa Barat 41361.

PEMBAHASAN

Kondisi Perusahaan Sebelum dilakukan implementasi strategi promosi

Adapun kondisi perusahaan sebelum dilakukan implementasi strategi promosi adalah di mana permasalahan yang peneliti temukan di Toko Indomaret Telukjambe 58 adalah kurangnya promosi penjualan serta penawaran terhadap produk fokus promosi sehingga menyebabkan kenaikan *sales* tidak terlalu tinggi dan menyebabkan *margin* Toko Indomaret Telukjambe 58 menurun, juga kerap terjadinya pencurian dan kehilangan barang sehingga merugikan personil pada Toko Indomaret Telukjambe 58.

Saat dilakukan implementasi strategi promosi

Ter-update nya sarana promosi penjualan produk fokus promosi yang sedang berlangsung sehingga memudahkan konsumen dalam mengetahui produk-produk yang sedang berlangsung promosi.



Gambar 3. Sarana Promosi Ter-Update (sumber : praktikan)

Label *pricetag* selalu lengkap dan sesuai dengan harga yang ada di *pos net* kasir sehingga tidak menyebabkan selisih harga yang nantinya bisa menyebabkan *complain* dari konsumen.



Gambar 4. Label Price Tag Lengkap dan Harga pada Price Tag sesuai dengan Harga pada Pos Net Kasir dan Struk Belanja (sumber : praktikan)

Selalu menerapkan 9 Kosakata Pelayanan dan penawaran secara langsung terhadap produk promosi kepada konsumen yang berbelanja di toko pada saat melakukan pembayaran di meja kasir. Selalu menawarkan produk pelengkap yang sedang berlangsung promosi/*non*-promosi agar konsumen tertarik untuk menambah jumlah dari belanjanya sehingga dapat meningkatkan kenaikan *sales* pada toko. Selalu melakukan pengawasan dan sapaan pada lorong toko kepada konsumen yang sedang berbelanja sehingga konsumen yang berniat melakukan pencurian tidak jadi dikarenakan merasa diawasi dan dipantau oleh personil yang berada di toko.



Gambar 5. Pengawasan Pada Lorong Toko

Kondisi Perusahaan Setelah dilakukan implementasi strategi promosi

Kondisi perusahaan setelah diterapkan strategi promosi, berjalan dengan stabilnya penawaran dan fokus penjualan terhadap produk yang sedang berlangsung promosi, ter-update nya sarana promosi yang berlangsung, label *pricetag* dilengkapi sehingga meminimalisir terjadinya selisih harga, 9 Kosakata Penawaran berjalan dengan lancar dan berusaha selalu diterapkan karena merupakan bagian dari SOP perusahaan, melakukan pengawasan dan pantauan pada area lorong toko sehingga dipastikan tidak terjadinya pencurian barang, peningkatan *sales* pada toko dikarenakan adanya penawaran produk komplementer yang sedang berlangsung promo, konsumen dengan mudah mengetahui produk apa saja yang sedang berlangsung promosi dikarenakan ter-update nya sarana dan *price tag* yang tersedia pada toko.

SIMPULAN DAN SARAN

Strategi penjualan adalah perencanaan dengan penuh perhitungan agar penjualan produk dan jasa meningkat. Strategi penjualan digunakan untuk menarik minat masyarakat terhadap produk yang jual. Strategi penjualan tidak sebatas pelanggan membeli produk, tetapi bagaimana caranya agar pelanggan tersebut datang kembali untuk membeli produk lagi. Untuk menentukan strategi penjualan tidak boleh sembarangan. Kita harus memperhatikan langkah demi langkah agar tidak salah jalan hingga mengalami kerugian. Itulah mengapa strategi penjualan memerlukan perhitungan. Hasil akhir dari strategi penjual.

Pengimplementasian strategi promosi produk berpengaruh terhadap kenaikan *sales* pada Toko Indomaret Telukjambe 58 karena dengan tingginya penjualan produk promosi perusahaan mampu mempertahankan bahkan meningkatkan *sales growth*-nya, Kelengkapan sarana promosi sangat berpengaruh terhadap berjalannya alur promosi produk yang berlangsung, Kelengkapan *price tag* berpengaruh terhadap penjualan dan harga jual dari produk tersebut dan guna menghindari *complain* dari konsumen, Penerapan 9 Kosakata Pelayanan secara konsisten dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, Penawaran produk pelengkap/komplementer dapat berpengaruh terhadap penjualan produk dan peningkatan *sales* harian toko, Pengawasan dan sapaan pada lorong toko dapat menghindari pencurian barang di toko, Praktikan merasakan bahwa kegiatan kerja praktik ini sangatlah penting bagi praktikan karena dapat meningkatkan pengetahuan dan menambah *skill* mengenai *jobdesc* pada Toko Indomaret Telukjambe 58. Bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian agar lebih mempersiapkan diri dan belajar mengenai *jobdesc* yang akan dikerjakan dan mempelajari SOP yang berlaku pada perusahaan. Bagi perusahaan agar dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk promosi serta meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen yang nantinya akan berdampak pada peningkatan *sales* di Toko Indomaret Telukjambe 58 ini.

REFERENSI

- Alfiansyah, L. (2021). *Pengaruh viral marketing dan kepercayaan pelanggan terhadap keputusan pembelian online shop pada mahasiswa universitas jember*. 14–44. http://repository.itbwigalumajang.ac.id/1319/%0Ahttp://repository.itbwigalumajang.ac.id/1319/4/Bab_2_watermark.pdf
- INDOMARET.CO.ID. (n.d.). *Profil Indomaret*. http://repository.stimykpn.ac.id/260/3/D3_1915956_BAB2.pdf
- Promosi, S., & Komunikasi, F. I. (2014). *Strategi Promosi...*, Lisna, Fakultas Ilmu Komunikasi 2016. 1–5.
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1), 1–17.
- Sari, R. M. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Keputusan Pembelian Sabun Cair Merek Lux (Studi Kasus pada Warga Kelurahan Semper Timur Jakarta Utara). *Maulya Alfika*, 2004, 6–25. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/7248>
- Umar, H. (2019). *Strategik Managemen In Action*. Jakarta, 31.
- WIKIPEDIA. (n.d.). *logo indomaret*. https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/9/9d/Logo_Indomaret.png
- Yoon, C. (2014). 済無No Title No Title No Title. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 2016.