

ANALISIS STRATEGI PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN USAHA PERCETAKAN CV. ARFA SUNDARI JAYA DI KECAMATAN MEDAN TIMUR

Dewi Sundari

Universitas Al Washliyah (UNIVA) Medan
Jl.Sisingamangaraja Km. 5,5 No. 10 Medan

E-mail : dewisundari437@gmail.com

Abstrak

Promosi adalah suatu kegiatan untuk meningkatkan sesuatu (barang atau jasa) ke arah yang lebih baik. Promosi dalam dunia pemasaran adalah suatu aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang ataupun perusahaan kepada masyarakat luas. Tujuan promosi ini sendiri sebenarnya adalah untuk memperkenalkan merek, produk, atau perusahaan kepada masyarakat sekaligus dapat mempengaruhi mereka untuk menggunakan atau membeli produk atau jasa tersebut. Dalam melakukan promosi ada beberapa strategi yang harus kita perhatikan agar promosi yang kita lakukan berjalan dengan baik. Dan mencapai sasaran sesuai yang di harapkan. Promosi dapat memperkenalkan produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan baik perusahaan kecil maupun perusahaan besar dalam hal ini promosi memberikan pengaruh yang besar terhadap peningkatan penjualan jika di lihat sebelum melakukan promosi walaupun promosi itu tidak terlepas dari dana yang akan dikeluarkan oleh suatu perusahaan serta kerjasama antara pihak internal yang berada dalam perusahaan tersebut, yaitu kerjasama antara karyawan dan pimpinan secara bergotong royong dan bahu membahu dalam melakukan pemasaran dengan disampingin beberapa brosur -brodut atau mendatangi langsung pelanggan yang lama begitu juga terlebih pelanggan yang baru agar dapat melihat lebih jelas dan mendapatkan informasi langsung dari perusahaan. Sebelum melakukan promosi kita harus berpedoman kepada beberapa strategi yaitu : 1) Perusahaan harus kenali pasar 2) Menggunakan Media Sosial , 3) Melakukan Endorsement, 4) Masuk sebagai Komunitas Bisnis 5) Membuat Website 6) Membuat Video Promosi dan Brosur agar lebih cepat menjalankan promosinya . Dengan demikian dapat kita simpulkan bahwa suatu perusahaan ingin mencapai target penjualan setiap hari atau bulan maupun tahun terkhusus pada CV. Arfa Sundari Jaya mengalami kenaikan penjualan setelah melakukan promosi terhadap produk yang dihasilkan.

Keyword : Promosi, Strategi Promosi, Penjualan

ABSTRAK

Promotion is an activity to improve something (goods or services) in a better direction. Promotion in the world of marketing is a communication activity carried out by a person or company to the wider community. The purpose of this promotion itself is actually to introduce a brand, product or company to the public while influencing them to use or buy the product or service. In carrying out promotions there are several strategies that we must pay attention to so that the promotions we do go well. And achieve the target as expected. Promotion can introduce products produced by a company, both small companies and large companies, in this case promotion has a big influence on increasing sales if seen before carrying out a promotion, even though the promotion cannot be separated from the funds that will be issued by a company and collaboration between interested parties. within the company, namely cooperation between employees and leaders working together and working hand in hand in carrying out disguises by accompanying several brochures or visiting old customers directly as well as new customers so they can see more clearly and get direct information from the company . Before carrying out promotions, we must be guided by several strategies, namely: 1) The company must know the market 2) Use Social Media, 3) Carry out Endorsements, 4) Enter as a Business Community 5) Make Webst 6) Make Promotional Videos and Brochures so that the promotion can run faster . Thus we can conclude that a company wants to achieve sales targets every day or month or year, especially on CV. Arfa Sundari Jaya experienced an increase in sales after carrying out promotions for the products presented.

Keyword : Promotion, Promotion Strategy,, Seller

A. Pendahuluan

CV. Arfa Sundari Jaya merupakan percetakan (*printing*) yang dapat memproduksi salinan dari sebuah gambar secara cepat, seperti kata-kata dan gambar di atas kertas, kain, kalender, buku, majalah, undangan, surat kabar, poster, sticker, kertas dinding, jam dinding, bahkan payung juga bisa menjadi media percetakan. Hasil percetakan dapat dengan cepat menyampaikan pemikiran dan informasi ke semua orang, percetakan dianggap sebagai salah satu penemuan yang paling penting dan sangat berpengaruh di dalam kehidupan manusia pada saat ini.

CV. Arfa Sundari Jaya sebagai salah satu dari sekian banyak percetakan yang ada di Kota Medan yang harus menghadapi dinamika persaingan yang sangat ketat dengan sesama pengusaha percetakan lainnya. Dengan semakin meningkatnya persaingan, maka semakin penting pula promosi dalam meningkatkan Penjualannya.

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi, produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan.

CV. Arfa Sundari Jaya menawarkan produk terbaru, simple, menarik kepada seluruh pelanggan baik dalam kota terutama luar kota dengan menggunakan strategi pemasaran secara jemput bola (*personal selling*), bayar di tempat (COD) dan harga seminim mungkin sehingga dapat lebih rendah di banding harga di daerah.

Peluang bisnis percetakan memiliki peluang yang sangat besar untuk berkembang, oleh karena itu untuk menangkap peluang tersebut diperlukan peningkatan strategi dimana selamanya ini CV. Arfa Sundari Jaya memiliki beragam Strategi promosi, mulai dari tepat yang strategi, produk dan mutu, harga kompetitif dan promosi yang gencar melalui memdengkan menyebarkan brosur, mendatangi instansi-instansi pemerintahan dan juga Lembaga-lembaga Pendidikan khususnya perguruan tinggi baik negeri maupun swasta di kota medan.

Dalam menghadapi fakta mengenai peluang dan potensi pasar tersebut, terdapat beberapa permasalahan yang menjadi latar belakang pemilihan topik penelitian ini. Permasalahan pertama yaitu CV. Arfa Sundari Jaya walaupun sudah berdiri lama nama yang tergolong percetakan yang tidak Populer atau belum banyak di kenal di industri percetakan baik dalam kota terutama luar kota dan berdiri diantara percetakan-percetakan yang lebih besar dan belum memiliki strategi promosi yang sesuai yang mengakibatkan promosi kurang maksimal yang ditandai oleh segi kuantitas penjualan produk dan jumlah customer CV. Arfa Sundari Jaya yang masih kurang dan belum mencapai target selama 2 tahun pasca pandemi. Hal ini dapat dilihat dari data penjualan CV. Arfa Sundari Jaya tahun 2020-2022 yang belum mencapai target.

Tahun	Nilai Penjualan	Target Penjualan
Januari -Desember 2020	Rp. 15.000.000	Rp. 100.000.000
Januari -Desember 2021	Rp. 20.000.000	Rp. 150.000.000
Januari – Desember 2022	Rp. 40.000.000	Rp. 200.000.000

Dari data diatas menunjukkan bahwa total penjualan dengan target penjualan sangat jauh sejauh perbandingan. Kurangnya promosi terlihat dari cakupan surtomer CV. Arfa Sundari Jaya sebagai besar dari saudara teman terdekat bukan orang umum terutama orang-orang instansi, Lembaga Pendidikan perusahaan, yang menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan selama ini belum sampai ke masyarakat/ khalayak umum. Strategi promosi berjalan kurang maksimal disebabkan oleh ketidaktahuanc CV Arfa Sundari Jaya mengenai strategi promosi mana yang sebenarnya paling dapat meningkatkan penjualan dan jumlah konsumen, sehingga mengakibatkan perusahaan tidak fokus dan akhirnya mengandalkan semua cara dan media promosi yang dimiliki.

B. Uraian

1. Pengertian Promosi

Dalam peningkatan hasil penjualan dalam suatu perusahaan adalah promosi salah satu cara atau kegiatan yang harus dan sering dilakukan oleh perusahaan dalam mencapai tujuan tersebut. Promosi merupakan suatu solusi yang paling menjanjikan maka dari itu banyak perusahaan yang memakai cara-cara ini dengan mengikuti beberapa strategi dalam pencapaian tersebut.

Promosi dalam arti luas adalah Promosi adalah suatu kegiatan untuk meningkatkan sesuatu (barang atau jasa) ke arah yang lebih baik. Menurut Fandy Tjiptono promosi adalah komunikasi pemasaran yang dikerjakan untuk mempengaruhi, menyampaikan sesuatu, membujuk, serta meningkatkan pasar sasaran dari suatu perusahaan sedangkan promosi di lihat dalam arti umumnya Secara umum, dalam dunia kerja, promotion atau promosi bisa dipahami sebagai suatu peningkatan pangkat ataupun posisi karyawan di dalam struktur organisasi perusahaan. Maksud dari peningkatan pangkat bisa juga diartikan sebagai sebuah kenaikan pangkat atau sering kita dengar dengan istilah promosi jabatan.

Namun, promotion atau promosi memiliki arti yang berbeda dalam dunia pemasaran. Dalam dunia pemasaran, promosi bisa diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan agar bisa meningkatkan perkembangan sesuatu. Perkembangan dalam pemasaran berbeda dengan pekerjaan, pemasaran lebih menekankan perkembangan merek, produk, atau perusahaan itu sendiri.

Dalam artikel kali ini, kita akan secara spesifik membahas tentang apa pengertian sebenarnya dari promosi dalam bidang pemasaran saja. Belakangan ini, promosi menjadi salah satu jalan yang sangat penting bagi seseorang untuk mengembangkan produk atau perusahaannya.

Jadi, promosi atau promotion dalam dunia pemasaran adalah suatu aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang ataupun perusahaan kepada masyarakat luas. Tujuan promosi ini sendiri sebenarnya adalah untuk memperkenalkan merek, produk, atau perusahaan kepada masyarakat sekaligus dapat mempengaruhi mereka untuk menggunakan atau membeli produk atau jasa tersebut.

Sebelum belakangan banyak dikampanyekan, promosi bisa dikatakan merupakan suatu kegiatan yang sudah sangat lumrah untuk dilakukan oleh para marketer dalam menyampaikan sebuah informasi terkait suatu produk atau jasa. Tujuan promosi tentu juga masih sama, yaitu mempengaruhi atau menggerakkan calon konsumen supaya mau melakukan pembelian barang ataupun jasa yang ditawarkan perusahaan.

Segala kegiatan yang memiliki berkaitan secara langsung maupun tidak langsung biasanya akan menggabungkan beberapa bentuk promosi, misalnya saja seperti iklan, diskon, ataupun kaos bermerk perusahaan.

2. Strategi Promosi

a. Strategi Promosi Bisnis yang Efektif untuk Pemula

Promosi memiliki peran penting dalam meningkatkan daya jual suatu produk atau jasa di kalangan masyarakat. Berikut ini, strategi promosi paling efektif yang bisa kamu lakukan untuk menjalankan bisnismu.

1. Kenali Target Pasar

Pertama yang perlu kamu lakukan sebelum memasarkan produk adalah mengenali target pasar. Kamu perlu memahami seberapa besar minat konsumen terhadap produk yang kamu tawarkan. Hal ini penting agar produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan keinginan target pasar. Kamu bisa memulai dengan mencari tahu produk yang paling diminati oleh

- target pasar. Dapat dilihat dari kebiasaan dalam melakukan transaksi, produk yang sering digunakan, dan kebutuhan target pasar. Dengan begitu, kamu dapat bersaing untuk mendapatkan pasar yang lebih besar.
2. **Buat Peta Konsep untuk Pemasaran**

Langkah selanjutnya, kamu perlu membuat peta konsep untuk melakukan pemasaran. Peta konsep umumnya berisi garis besar pemasaran apa saja yang akan dilakukan. Dengan begitu, kamu bisa memiliki rencana yang lebih terstruktur sebelum menjalankan sebuah bisnis.

Dalam rancangan peta konsep, kamu dapat membuat beberapa langkah pemasaran. Sehingga, kamu telah membuat alternatif apabila terjadi kegagalan saat melakukan langkah yang pertama. Selain itu, kamu juga bisa menambahkan konsep seperti evaluasi produk, rancangan produk, dan sebagainya.
 3. **Masuk Komunitas Bisnis**

Memutuskan membangun sebuah bisnis artinya tidak berhenti belajar agar proses berjalan lancar sesuai rencana. Salah satu caranya dengan masuk ke komunitas bisnis dan memperluas relasi sesama pebisnis.

Di sini, kamu dapat belajar mengelola networking, komunikasi yang baik, dan menjalin hubungan baik dengan rekan bisnis. Kalau masuk ke dalam sebuah komunitas, kamu juga bisa mengenal pebisnis dari berbagai kalangan, dengan pengalaman yang beragam.

Melalui komunitas, kamu bisa mendapatkan ilmu yang bermanfaat. Mulai dari berbagi tips promosi, cara memperluas target pasar, hingga berkolaborasi untuk menjalankan bisnis yang menjanjikan.
 4. **Gunakan Media Sosial**

Seiring berkembangnya zaman, hampir seluruh masyarakat di Indonesia menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dan bertransaksi. Kamu bisa memanfaatkan platform ini untuk memperkenalkan bisnis ke pasar yang lebih besar. Dapat dimulai dengan membangun branding, berinteraksi, dan melakukan promosi

Beberapa *platform* media sosial kini telah dilengkapi dengan fitur berbelanja yang dapat dimanfaatkan pebisnis untuk menjual produk atau jasa yang dimiliki. Aktif menggunakan media sosial dalam menjalankan promosi, dapat memudahkan pengguna media sosial mengenal dan tertarik untuk membeli produk yang kamu tawarkan.
 5. **Lakukan Endorsement**

Masih berkaitan dengan penggunaan media sosial, kamu bisa melakukan *endorsement* ke beberapa *public figure*. Sebelum melakukan endorsement, lakukan riset yang lebih dalam terkait kebiasaan dan minat pengikutnya. Hal ini penting agar tidak salah target pasar dalam menjalankan promosi.

Umumnya, setiap *public figure* memiliki tipe pengikut yang berbeda-beda. Kamu dapat melihat apa yang disukai oleh pengikut *public figure* yang bersangkutan. Ambil contoh, kebiasaan dalam bermedia sosial, dan jenis bisnis apa yang efektif dipromosikan oleh *public figure*.

Bekerjasama dengan sosok yang populer dinilai cukup efektif dan mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Selain itu, kamu bisa mendapatkan lebih banyak pengikut dan *engagement* untuk meningkatkan penjualan.
 6. **Membuat Website**

Bisnis yang memiliki website akan dinilai lebih profesional dan mampu meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, kamu bisa menjelaskan secara rinci tentang bisnis yang dijalani. Mulai dari sejarah usaha, informasi seputar produk, alamat perusahaan, hingga testimoni konsumen.

Dengan begitu, bisnismu akan lebih mudah dikenal dan dianggap sebagai bisnis besar yang profesional. Cara ini dinilai cukup efektif dalam membangun branding dan menjalankan

promosi. Menggunakan website juga dapat memperluas jaringan dalam melakukan penjualan.

7. Buat Video Promosi

Langkah berikutnya, kamu bisa membuat video promosi sesuai dengan platform yang digunakan. Video tersebut bisa berupa penjelasan seputar produk, informasi promo terbaru, informasi seputar bisnis, dan video kreatif lain yang menarik rasa penasaran konsumen terhadap produk kamu.

Video yang telah dibuat dapat diunggah pada halaman media sosial atau website. Saat ini, video promosi menjadi salah satu strategi promosi yang banyak digunakan oleh pebisnis. Mengingat saat ini pengguna smartphone lebih menyukai konten video. Cara ini bisa kamu coba untuk mendekatkan bisnismu dengan konsumen.

C. Pembahasan

Kegiatan penelitian ini . berlangsung dengan materi sosialisai kepada pemilik usaha dengan bapak Hendra Tarigan karyawan - karyawan. Peserta di wawancara dengan beberapa pertanyaan terkait latar belakang dalam menjalankan startegi Promosi dalam meningkatkan penjualan. Dari pihak pengelola juga disiapkan materi berkaitan dengan pendapatan yang diterima dan kendala yang dihadapi sebagai usaha yang berjenis industri percetakan Setelah peserta menjawab seluruh pertanyaan, dilanjutkan dengan pengarahan bagaimana cara menjalana stratgei promosi dalam peningkatan penjualan dengan menghasilkan mutu dan produk yang handal dan berkualitas.. Pada akhir sesi, peserta diminta untuk membuat dokumentasi berupa foto-foto bersama.

Pada dasarnya hasil wawancara dan tanya jawab seputar latar belakang **Analisis Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Percetakan CV. Arfa Sundari Jaya Di Kecamatan Medan** adalah untuk meningkatkan penjualan sesuai target yang diharapkan.. Di sisi yang lain bahwa penjualan menurun di akibatkan kurang promosi yang dilakukan dan belum adanya keikutsertaan karyawan dalam mempromosikan produk serta kuranga pembiayaan promis ynag lebih besar sehingga akan mengenalkan CV, Arfa Sundati Jaya lebih di kenal dunia luar dan halayak umum. Selama ini cara menarika pelanggan atau pelayanan secara personal selling belum pernah di terapkan sehinga menjad daya tarik para konsumen di luar daerah. CV Arfa Sundari Jaya Menampung seluruh pesanan sesuai permintaan konsumen agar konsumen lebih mudah dalam pemesanan hanya pada satu tempat atau persusahaan saja di samping mneghemata waktu dan untuk memperkua hhubungan kerjasama bisnis.

Biasanya mereka bekerja dimulai dari jam 08.00 Wib sampai jam 12.00 istirahat dan pulang kerumah masing-masing baru datang kembali pukul 14.00 sampai jam 21.00 Wib. Pekerjaan mereka di CV. Arfa Sundari Jaya seluruh di berada di tempat namun dengan ada perubahan baru bahwa Tim karyawan di bagi menjadi dua bagian yang pertama tetap berada di tempat sedang tim yang lain keluar sebagai sales marketing untuk mencari konsumen.

Kegiatan Percetakan yang di lakukan di dalam kantor mulai dengan menjidlid buku, cetak cover buku, kemudian memperbanyak buku dengan menggunakan photo copy dan mesin cetakan took Dari pantauan tim pengabdian di sana cara kerja yang dilakukan oleh pemilik usaha dengan menyusun schelu pekerjaan setiap seminggu sekali agar dapat untuk mengatur karwaan yang di betugas dilapanngan dan yang bertugas di dalam kantor /perusahaan.

Adapun hasil yang mereka terima dari pekerjaan di CV. Arfa Sundari Jaya adanya uang bulanan, dan uang makan juga transport tetapi ada bonus tambahan dengan kaetegori bahwa jika penjualan mencapai target bahwaka meleih target maka pemilik CV. Arfa Sundari Jaya akan membagai dua hasilnya dengan karyawan namun di beberapa tahun belakangan ini seluruh karyawan CV.Arfa Sundari Jaya tidak menerima tambahan gaji sebagai bonus di akaibtakan turunnya penjualan dan ini mnegakibatkan berkurangnya semangat apra pekerja

untuk itulah disini Kembali pemilik usaha CV, Arfa Sundar Jaya melakukan strategi Promosi yang tidak pernah dilakukan selama ini yang mengakibatkan meningkatnya penjualan akan meningkat.

D. Kesimpulan

Dalam meningkat hasil penjualan CV. Arfa Sundari Jaya mengalami peningkatan setelah melakukan promosi secara bergotong royong antara pimpinan dan seluruh karyawan dengan melakukan dan pedoman kepada strategi promosi baik itu promois secara on line maupun promosi secara demonstrasi dan dor to dor kepada pelanagan baik pelanaggan yang baru maupun pelanggan yang sudah lama dan semua ini memberikan hasil yang maksimal dengan pendanaaan yang terstruktur dari pimpinan CV. Arfa Sudnari Jaya dan mempromosikan produk-produk yang di hasilkan atau jasa yang dapat di berikan kepada para pelanggan. Dengan demikian promosi dapat membawa hasil yang maskimal terhadap pennjualan suatu perusahaan dimana penjualan mengalami kenaikan penjualan terhadap produk-produk yang di hasilkan dan sangat berbeda pennjualan di bandingkan sebelum melakukan promosi.

F. Daftar Pustaka

- Sukhmani, Gupta, S., & Kalra, S. N. (2012). Role of promotion mix in mounting the sales of various FMCG companies in rural markets. *International Journal of Marketing, Financial Services and Management Research*, 1(3), 31-37.
- Emzir. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif analisis data*. Jakarta, ID: PT. Raja Grafindo Persada.
- GAPMMI. (2015). Retrieved from <http://gapmmi.or.id>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing: global edition* (14th ed.). New Jersey, US: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). New Jersey, US: Pearson Education, Inc.
- Lamb. (2009). *Essentials of marketing* (6th ed). Mason, US: South-Western Cengage Learning
- Mohamad, F. R. (2014). Strategi promosi stick jagung sebagai oleh-oleh khas daerah dalam menunjang kepariwisataan gorontalo. *Jurnal Thesis, Universitas Negeri Gorontalo*, 1-36.