

BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA RIDLA JAYA BOUTIQUE KABUPATEN JOMBANG

Lia Aprilia Kiswah Yuni¹, Bakti Widyaningsih²

¹Universitas KH. Abdul Wahab Hasbullah, Jombang; ²Universitas KH. Abdul Wahab Hasbullah, Jombang

penulis1@yulia54809@gmail.com, bektiwidya@gmail.com

Abstrak: Pada wilayah Kabupaten Jombang Jawa Timur terdapat banyak pembisnis yang bergerak di dunia fashion. Ridla Jaya Boutique merupakan salah satu bisnis yang bergerak di dunia fashion. Ridla jaya boutique kabupaten Jombang berupaya untuk meningkatkan omzet penjualan dengan cara menerapkan strategi bauran pemasaran. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan penelitian lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan pada Ridla Jaya Boutique Kabupaten Jombang meliputi 7P: product (produk), price (harga), place (tempat), promotion (promosi), people (orang), physical evidence (lingkungan fisik), process (proses). Dampak positif yang ditimbulkan saat menerapkan strategi bauran pemasaran 7P diantaranya, Ridla Jaya Boutique lebih dikenal oleh masyarakat luas sehingga omzet penjualan meningkat dan mengangkat perekonomian karyawan. Sedangkan dampak negatif dari penerapan strategi bauran pemasaran 7P ialah berubahnya pola hidup konsumen yang cenderung membeli produk – produk kurang bermanfaat. Kendala yang dihadapi Ridla Jaya Boutique Kabupaten Jombang ketika menerapkan strategi bauran pemasaran yakni tempat yang kurang strategis, SDM yang kurang memadai, harga produk dari supplier yang semakin naik dan tingkat pesaing Ridla Jaya Boutique semakin tinggi. Adapun upaya untuk mengatasi kendala yang dihadapi ridla jaya boutique kabupaten jombang yakni dengan cara mengoptimisasi social media untuk berpromosi dan melaukan pendekatan langsung kepada calon konsumen.

Kata kunci: bauran pemasaran, omzet penjualan

Abstract: *In the Jombang Regency, East Java, there are many businessmen who are engaged in the fashion world. Ridla Jaya Boutique is one of the businesses engaged in the fashion world. Ridla Jaya Boutique, Jombang Regency, seeks to increase sales turnover by implementing a marketing mix strategy. The research method used is descriptive qualitative with field research. The results showed that the application of the marketing mix strategy in increasing sales turnover at Ridla Jaya Boutique Jombang Regency includes 7P: product (product), price (price), place (place), promotion (promotion), people (people), physical evidence (environment). physical), process (process). The positive impacts that arise when implementing the 7P marketing mix strategy include, Ridla Jaya Boutique is better known by the wider community so that sales turnover increases and lifts the economy of employees. Meanwhile, the negative impact of implementing the 7P marketing mix strategy is the changing lifestyle of consumers who tend to buy less useful products. The obstacles faced by Ridla Jaya Boutique in Jombang Regency when implementing a marketing mix strategy were a less strategic place, inadequate human resources, increasing product prices from suppliers and the level of Ridla Jaya Boutique's competitors getting higher. As for the efforts to overcome the obstacles faced by Ridla Jaya Boutique, Jombang Regency, namely by optimizing social media for promotion and taking a direct approach to potential consumers.*

Keywords: *Marketing mix, sales turnover*

Pendahuluan

Persaingan dunia bisnis semakin hari semakin pesat, tidak terkecuali bisnis di bidang fashion. Bisnis merupakan suatu kegiatan individu yang terorganisir untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa guna demi mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan. Pasar merupakan area penjualan produk dalam membangun bisnis menjadi suatu tantangan besar yang harus dihadapi oleh suatu perusahaan dalam menjalankan bisnis.

Perusahaan yang masuk dalam pasar harus mempunyai manajemen pemasaran yang strategis sebagai salah satu modal untuk kesuksesan dalam persaingan pasar antar perusahaan. Adapun tujuan dari adanya perdagangan yaitu untuk mencari keuntungan dari omzet penjualan. Omzet didapatkan dari hasil penjualan dalam jangka waktu tertentu sebelum dikurangi biaya apapun.

Dalam meningkatkan omzet penjualan perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yaitu bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan

aktivitas dan marketing yang menentukan kesuksesan penjualan produk atau jasa dari suatu bisnis karena sangat penting untuk merancang produk harga, promosi, distribusi produk dan konsep pembayaran. Agar mampu bertahan dalam persaingan usaha yang beraneka ragam, yang berdampak pada persaingan usaha yang sejenis.

Salah satunya persaingan pasar yaitu pada subsektor industri. Di Indonesia kontribusi subsektor industri saat ini memberikan kontribusi besar dalam pertumbuhan ekonomi kreatif khususnya pada dunia fashion. Fashion merupakan salah satu kebutuhan baik kaum laki-laki maupun kaum wanita dari yang anak-anak sampai orang dewasa. Fashion tidak hanya menyangkut mengenai busana dan aksesoris semacam perhiasan seperti, gelang dan kalung, akan tetapi benda-benda fungsional lain yang dipadukan dengan unsur-unsur desain yang canggih dan unik. Sehingga fashion juga menjadi cara untuk mengekspresikan diri seseorang. Bisnis fashion merupakan bisnis yang menjajikan dimana fashion selalu diminati dan dibutuhkan oleh konsumen.

Para pebisnis dapat mengikuti tren yang kekinian supaya konsumen tertarik dan sesuai apa yang di inginkan konsumen. Ajaran Islam menganjurkan agar para umatnya melakukan hal yang baik, termasuk dalam hal berbisnis. Meskipun sedang mengalami kondisi persaingan, pebisnis muslim bisa menghadapinya tanpa merugikan orang lain. Sebagaimana sabda Rasulullah SAW: "Jadilah kalian hamba-hamba Allah yang bersaudara" (H.R. Ahmad dan Muslim). Dengan berpegang pada asas tersebut pembisnis muslim diharapkan dapat saling menghargai dan menghormati di antara satu dengan yang lainnya.

Pada wilayah Kabupaten Jombang yang berada di Provinsi Jawa Timur, banyak masyarakat yang menjadi pebisnis. Salah satu industri yang mengalami kemajuan yakni industri di bidang fashion. Hal ini terbukti berdasarkan data tabel industri fashion Kabupaten Jombang berikut:

Tabel 1**Data UMKM Jombang Bidang Fashion 5 Tahun Terakhir**

No	Bidang Usaha	Unit Usaha				
		2017	2018	2019	2020	2021
	Fashion					
1	Burci (Pakaian pesta)	25	28	35	37	45
2	Bordir atau konfeksi	58	62	65	71	75
	Jumlah	83	90	100	108	120

Sumber Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Jombang

Berdasarkan tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa mulai dari tahun 2017 sampai tahun 2021, industri dalam bidang fashion mengalami peningkatan Sehingga industri dalam bidang fashion dapat membantu pengembangan perekonomian di Kabupaten Jombang.

Kabupaten Jombang memiliki industri salah satunya Ridla jaya Boutique, didirikan oleh Alm. Bapak Riyad Bustomi pada tahun 2012. Adapun Strategi pemasaran yang di gunakan Ridla jaya Boutique Kabupaten Jombang merupakan strategi bauran pemasaran 7P meliputi *product* (produk) *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi) yang, *people* (orang), *physical evidence* (lingkungan fisik), *process* (proses).

Berdasarkan data yang diperoleh Ridla Jaya Boutique Kabupaten Jombang saat ini masih ada penerapan strategi bauran pemasaran yang masih belum maksimal sehingga membuat tingkat penjualan produk. Padahal sebisa mungkin pemasaran sudah dimaksimal kan. Hal ini secara tidak langsung membuktikan bahwa kurangnya minat para konsumen dapat membuat omzet penjualan pada Ridla Jaya Boutique Kabupaten Jombang.

Berdasarkan kondisi Ridla Jaya Boutique seperti uraian diatas, peneliti ingin membuktikan adanya permasalahan di dalam penerapan strategi bauran pemasaran yang belum berhasil. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti

dengan judul “**STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA RIDLA JAYA BOUTIQUE KABUPATEN JOMBANG**”.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk mengetahui strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan Ridla Jaya Boutique Jombang. Peneliti juga menggunakan metode penelitian lapangan dengan cara datang langsung ke lokasi sebagai bentuk deskriptif yaitu dengan menjelaskan secara rinci terkait strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan Ridla Jaya Boutique Jombang. Pendekatan yang dilakukan adalah dengan cara mengamati langsung Ridla Jaya Boutique Jombang serta wawancara dengan pihak Ridla Jaya Boutique Jombang.

Hasil dan Pembahasan

Sejarah Ridla Jaya *Boutique* Jombang

Ridla Jaya *Boutique* merupakan salah satu butik di kota Jombang. Butik ini menyediakan koleksi fashion dengan model yang *stylish* dan *modern*. Selain itu Ridla Jaya *Boutique* menyediakan jasa mahar dan hantaran. Produk di Ridla Jaya *Boutique* ditawarkan dengan harga terjangkau dengan kualitas terbaik. Ridla Jaya *Boutique* didirikan oleh Alm. Bapak Riyad Bustomi pada tahun 2012.

Penerapan Strategi Bauran Pemasaran

Ridla Jaya *Boutique* Kabupaten Jombang dalam meningkatkan omzet penjualan menerapkan strategi bauran pemasaran. Strategi bauran pemasaran yang diterapkan yaitu 7P meliputi *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *physical evidence* (lingkungan fisik), *process* (proses).

Dampak yang Ditimbulkan Strategi Bauran Pemasaran

Pada dasarnya dalam penerapan strategi bauran pemasaran ini Ridla Jaya *Boutique* Kabupaten Jombang menemui beberapa dampak. Setiap keputusan

maupun ide-ide yang diambil oleh perusahaan memiliki dampak positif ataupun dampak negatif. Dampak dapat diartikan sebagai akibat ataupun pengaruh.

1. Dampak positif, merupakan pengaruh setelah menerapkan strategi bauran pemasaran pada Ridla jaya Boutique Kabupaten Jombang.

Untuk dampak positif dari penerapan strategi bauran pemasaran yaitu Ridla jaya Boutique Kabupaten Jombang semakin dikenal masyarakat. Produk-produk yang kami miliki juga diterima baik oleh masyarakat dikarenakan kami mempunyai produk yang berbeda dari yang lain sehingga minat beli mereka pun meningkat. Ini mengakibatkan omzet penjualan kami pun juga ikut meningkat sehingga kami membutuhkan tambahan tenaga kerja.

Disinilah dampak positif yang dirasakan oleh masyarakat dan Ridla jaya Boutique Kabupaten Jombang. Seperti, menyerap tenaga kerja baru atau bisa disebut juga membuka lapangan pekerjaan, serta dapat meningkatkan kualitas sumberdaya manusia diharapkan dengan adanya Ridla jaya Boutique Kabupaten Jombang masyarakat dapat membantu perekonomian mereka. Dengan begitu Ridla jaya Boutique Kabupaten Jombang dapat memenuhi permintaan konsumen sehingga konsumen merasakan kepuasan tersendiri. Dengan demikian omzet penjualan semakin meningkat.

Penerapan strategi bauran pemasaran Ridla jaya Boutique Kabupaten Jombang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat khususnya karyawan Ridla jaya Boutique. Berikut tabel omzet Ridla Jaya Boutique Kabupaten Jombang:

Tabel 2
Omzet Ridla Jaya Boutique Kabuoaten Jombang

Tahun	2019	2020	2021
Penjualan	Rp.120.000.000	Rp.100.000.000	Rp.225.000.000

Sumber: Ridla jaya Boutique Kabupaten Jombang

2. Dampak negatif, merupakan akibat setelah menerapkan strategi bauran pemasaran pada Ridla jaya Boutique Kabupaten Jombang.

Untuk dampak negatif dari penerapan strategi bauran pemasaran pada Ridla jaya Boutique Kabupaten Jombang hampir tidak ada. Namun untuk

konsumen dan karyawan mengakibatkan peningkatan pola hidup masyarakat baik dari konsumen ataupun karyawan yang bekerja di Ridla jaya Boutique Kabupaten Jombang. Konsumen yang datang ditempat kami tak hanya dari Kabupaten Jombang bahkan dari luar Kabupaten Jombang pun juga ada. Sehingga kami dari Ridla jaya Boutique Kabupaten Jombang harus dapat memenuhi kebutuhan mereka. Dengan demikian omzet penjualan akan meningkat dan pendapatan tenaga kerja Ridla jaya Boutique Kabupaten Jombang juga ikut meningkat.

Kendala dalam menerapkan strategi bauran pemasaran serta bagaimana upaya untuk mengatasinya

Pada dasarnya dalam penerapan strategi bauran pemasaran ini Ridla jaya Boutique Kabupaten Jombang menemui beberapa kendala. Kendala adalah halangan ataupun rintangan dengan keadaan yang membatasi, menghalangi ataupun mencegah sasaran. Kendala terbagi menjadi dua baik kendala internal ataupun kendala eksternal.

1. Kendala internal merupakan halangan atau rintangan yang terjadi di lingkungan perusahaan.

Untuk saat ini kendala internal yang dihadapi Ridla jaya Boutique Kabupaten Jombang dalam menerapkan strategi bauran pemasaran yaitu pada tempat atau lokasi perusahaan. Saya rasa tempat Ridla jaya Boutique Kabupaten Jombang kurang begitu strategis berbeda dengan boutique-boutique pada umumnya yang berada di tempat serta daerah-daerah perkotaan ataupun minimal di dekat jalan raya. Sedangkan Ridla jaya Boutique Kabupaten Jombang hanya berada di gang daerah pedesaan. Sehingga mengakibatkan Ridla jaya Boutique Kabupaten Jombang kurang diketahui dan dikenal oleh masyarakat. Untuk mengatasi kendala ini saya memaksimalkan variabel promosi dengan memanfaatkan kemajuan IPTEK. Dengan begitu diharapkan Ridla jaya Boutique Kabupaten Jombang dapat dikenal oleh masyarakat luas serta produk yang kami ciptakan dapat diminati masyarakat serta dapat bermanfaat bagi konsumen.

2. Sedangkan kendala eksternal yaitu halangan ataupun rintangan yang terjadi diluar lingkungan perusahaan.

Untuk saat ini kendala eksternal yang dihadapi Ridla jaya Boutique Kabupaten Jombang dalam menerapkan strategi bauran pemasaran yaitu kenaikan harga bahan baku serta meningkatnya pesaing baru. Terkait dengan kenaikan harga bahan baku menyebabkan harga dari produk yang kami hasilkan juga ikut mengalami kenaikan. Namun, konsumen kami biasanya tetap meminta harga normal. Untuk mengatasi hal tersebut, maka kami akan mengurangi jumlah laba yang diterima. Sehingga kualitas yang dihasilkan akan tetap sama dan pihak konsumen pun tidak merasa dirugikan.

Pembahasan

Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Ridla jaya Boutique Kabupaten Jombang ini menggunakan strategi bauran pemasaran 7P meliputi *product* (produk), *price* (harga) yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen, *place* (tempat) yang strategis supaya mudah dijangkau konsumen, *promotion* (promosi) yang dilakukan perusahaan untuk mengenalkan produknya kepada konsumen, *people* (orang), *physical evidence* (lingkungan fisik), *process* (proses).

Penerapan pada strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan omzet merupakan proses perwujudan strategi bauran pemasaran yang kuat dalam hal pemasaran sehingga akan tercapai tujuan yaitu penjualan yang baik. Sebagaimana hasil observasi peneliti terhadap strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan pada ridla jaya boutique kabupaten jombang, startegi bauran pemaaran ini sangat berpengaruh pada omzet.

Pengambilan keputusan, untuk mengambil keputusan dalam menjalankan strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan pada ridla jaya boutique kabupaten jombang dilakukan dengan analisis dan perlu pengawasan dimana pengawas adalah owner ridla jaya jombang. Adapun bentuk-bentuk pengawasan di ridla jaya jombang boutique jombang sebagai berikut:

pemeriksaan dan menganalisa hasil penjualan, dan hasil laporan keuangan juga sangat penting untuk dilakukan dalam pengawasan.

Setiap bulan diadakan pertemuan untuk membahas evaluasi kerja dalam hal ini untuk menjaga omzet agar selalu stabil karena didasarkan pada analisis dari strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan.

Kesimpulan

Strategi bauran pemasaran yang diterapkan di Ridla Jaya Boutique Kabupaten Jombang yaitu strategi pemasaran 7P meliputi *product* (produk) *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *physical evidence* (lingkungan fisik), *process* (proses), untuk meningkatkan omzet penjualan.

Penerapan strategi bauran pemasaran di Ridla Jaya Boutique Kabupaten Jombang memiliki dampak positif yaitu Ridla Jaya Boutique Kabupaten Jombang semakin dikenal masyarakat dan kami mempunyai produk yang berbeda dari yang lain sehingga minat beli mereka pun meningkat. Ini mengakibatkan omzet penjualan kami pun juga ikut meningkat sehingga kami membutuhkan tambahan tenaga kerja, adapun dampak negativenya hampir tidak ada. Namun untuk konsumen dan karyawan mengakibatkan peningkatan pola hidup masyarakat baik dari konsumen ataupun karyawan yang bekerja di Ridla Jaya Boutique Kabupaten Jombang.

Kendala yang dihadapi oleh Ridla Jaya Boutique Jombang yang pertama kendala internal, dalam menerapkan strategi bauran pemasaran yaitu pada tempat atau lokasi perusahaan, adapun kendala yang kedua eksternal yaitu kenaikan harga bahan baku serta meningkatnya pesaing baru. Terkait dengan kenaikan harga bahan baku menyebabkan harga dari produk yang kami hasilkan juga ikut mengalami kenaikan

DAFTAR PUSTAKA

- Berto Pilipus Manihuruk and Eki Dudi Darmawan, 'Analisis Omzet Penjualan Pada Cv. Kaldera Panen Pertiwi Ditengah Pandemi', *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8.2 (2021), hal 246-53
- Ida Hidayah and others, 'Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu)', *Solusi*, 19.1 (2021), hal 76-82
- Jaya Bahwi Yanti dan Apippuddin Adnan, "Upaya Meningkatkan Omzet Penjualan Smartphone Blackberry Dengan Menggunakan Analisis SWOT Pada PT Teletama Artha Mandiri (TAM) Depo Banjarmasin", *Jurnal KINDAI*, Vol. 11, No. 2, 2018, hal. 69.
- Nabilla Salsabilla Beu, Silcyljeova Moniharapon, and Reitty L. Samadi, 'Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Ikan Kering Pada Umkm Toko 48 Pasar Bersehati Manado', *Emba*, 9 Nomor 3.3 (2021), hal 1530-38.
- Naily El Muna and Luthfi Mufidatur Rohmah, 'The Effectiveness of the Implementation Online Tax Service System on Taxpayer Compliance in the Pandemic Period', *INCOME: Innovation of Economics and Management*, 1.1 (2021), hal 5-10.