

## Perancangan Promotion Mix pada PT. Rambun Pratama Metalindo

Golan Hasan<sup>1</sup>, Kelly<sup>2</sup>

Universitas Internasional Batam

Email korespondensi: Kelly\_1@abc.ac.id

### Abstrak

Pada umumnya pemilik usaha belum mengetahui bagaimana untuk merumuskan strategi dalam melakukan pemasaran yang sesuai dan bisa di implementasikan dalam melakukan pengembangan bisnis sehingga hal ini usaha yang dijalankan tidak dapat berkembang dengan baik.

Kegiatan kerja praktek ini dilakukan disalah satu toko bangunan yang ada dikota Batam yaitu: PT. Rambun Pratama Metalindo yang dilaksanakan pada periode 21 September 2020 – 21 Desember 2020, kegiatan selama dalam kurun waktu 3 bulan yang dilakukan untuk membantu pengembangan dan penyelesaian yang di alami mitra dengan melakukan penerapan dan perancangan Strategi *Marketing mix* .

Perancangan pengembangan dijabarkan dalam beberapa pelaksanaan yang akan dijalankan, melakukan kerjasama pihak ketiga dalam pengkreditan, memberikan *discount* pada pembelian dengan minuman transaksi yagn ditentukan, melakukan kerja sama dengan kontraktor dalam melakukan supplay kebutuhan bahan bangunan, melakukan pembuatan katalog produk dan membuat database pelanggan.

**Kata Kunci:** *Marketing Mix, Discount, Katalog*

### Abstract

*In general, business owners have not seen how to formulate a strategy in marketing that is appropriate and can be implemented in developing business so that this business cannot develop properly.*

*This practical work activity is carried out in one of the building shops in the city of Batam, namely: PT. Rambun Pratama Metalindo which was held in the period 21 September 2020 - 21 December 2020, activities for a period of 3 months carried out to help development and solutions experienced by partners by implementing and designing the Marketing Mix Strategy.*

*Development planning is described in several implementations that will be carried out, collaborating with third parties in crediting, providing discounts on purchases with specified transaction drinks, collaborating with contractors in supplying building material needs, making product catalogs and creating customer databases.*

**Keywords:** *Marketing Mix, discount, catalog*

## Pendahuluan

Teknologi pada tahun 2020 tentunya semakin berkembang seiring dengan banyaknya pengguna dan kebutuhan masyarakat akan teknologi. Seiring dengan banyaknya penggunaan teknologi tentunya membuat para pemilik usaha mulai mengikuti perkembangan yang ada agar performa bisnis yang dijalankan dapat terus stabil dan meningkat, tak terkecuali pada bisnis bidang usaha yang bergerak dalam penyediaan alat dan bahan bangunan terkhususnya dikota Batam, kebutuhan akan properti serta pembangunan properti yang semakin meningkat, membuat para pemilik menjadi salah satu peluang bisnis dari toko bangunan untuk melakukan *supplay* baik itu pada pemilik perorangan ataupun perusahaan.

PT.Rambun Pratama Metalindo merupakan sebuah bidang usaha yang bergerak dalam penjualan alat dan bahan bangunan, Toko ini didirikan oleh oleh Bapak Ramli Bersama rekannya Bapak Bun Eng, pendirian usaha dalam bidang penyediaan alat dan bahan bangunan didasarkan pada masa itu belum banyaknya toko yang menjual berbagai jenis bahan dan alat bangunan, yang dimana diharapkan dapat menguasai *segmentasi* pasar yang berada disekitar daerah pertokoan dengan menyediakan berbagai jenis dan merek bahan bangunan. Toko ini sendiri beralamatkan di komplek Tanah Mas, Blok D nomor 7 & 8, Sungai Panas. Toko ini beroperasi pada hari senin hingga hari sabtu dengan jam operasional dari jam 08:00-17:00, toko bangunan ini memiliki karyawan sebanyak 9 orang dalam menjalankan operasionalnya.

## Masalah

Sejak munculnya wabah virus Corona membuat terjadi penurunan pendapatan yang dirasakan oleh UMKM, sehingga membuat keuangan yang ada pelaku usaha menjadi kendala karena pendapatan yang menurun tidak seiring dengan biaya operasional yang menurun (News, 2020). Virus korona merupakan salah satu penyakit yang menyebabkan gangguan pernafasan yang dapat menyerang manusia maupun hewan, awalnya virus ini ditemukan di Wuhan, China dan menyebar ke seluruh dunia (Limbong, 2020). PT. Rambun Putra metalindo menjadi salah satu pelaku usaha yang terkena dampak dari adanya virus corona yang mengakibatkan terjadinya penurunan omset, hal ini tentunya menjadi permasalahan dikarenakan pendapat yang menurun tetapi biaya operasional yang tetap. Kurangnya sistem pemasaran untuk melakukan pengembangan dilakukan menjadi salah satu alasan tidak berkembangnya toko, seperti sistem penjualan yang hanya melalui mulut ke mulut dan pemasangan banner, hal ini tentunya tidak efektif, perlunya penambahan sistem pemasaran yang efektif agar toko dapat terus berjalan, penurunan omset toko terjadi hampir disetiap bulannya omset perbulan yang biasanya didapatkan pada kondisi normal Rp. 35.000.000 perbulan namun pada masa saat ini omset penjualan toko rata rata Rp 25.000.000. penurunan omset ini selaras dengan sepiunya pengunjung yang datang dan tingkat persaingan yang semakin ketat, bila pemasar memahami kebutuhan pelanggan dengan baik, mengembangkan produk yang memberikan nilai superior, dan menetapkan harga, mendistribusikan barang serta mempromosikan secara efektif, maka

produk yang bersangkutan akan dijual dengan amat mudah Kotler dan Armstrong (2014), oleh karena itu peneliti akan melakukan perancangan *promotion mix* untuk membantu mitra dalam menjalankan usaha

### Metode

metode dalam proyek ini adalah melakukan perancangan strategi terhadap aspek pemasaran dengan menggunakan teori *promotion mix* yang nantinya akan membuat strategi pemasaran berupa *advertising, personal selling, direct marketing* dan *sales promotion*. Penulis akan melakukan pengumpulan informasi mengenai keadaan mitra dan mengetahui permasalahan yang di alami oleh mitra, yang nantinya akan di bentuk strategi yang cocok dan dapat dijalankan mitra dengan harapan dapat memiliki pangsa pasar yang lebih luas dan bersaing dengan kompetitor.

. Penulis akan membuat dan merancang sebagai berikut:

1. Memberikan discount pada beberapa produk dan memberikan potongan 3% pada pelanggan dengan minimum Transaksi Rp 15.000.000.
2. Menjalin kerjasama dengan pihak penyedia pengkreditan seperti Home kredit agar masyarakat dapat melakukan pembelian barang dengan mencicil pembayaran.
3. Menjalin kerjasama kontraktor/ Tukang bangunan untuk melakukan kerjasama dalam melakukan penyediaan supplay bahan bangunan dan alat bangunan.
4. Membuat katalog Produk

5. Melakukan pendataan pada setiap pelanggan dan membuat daftar pelanggan yang memiliki prospek untuk menjalin kerjasama kedepannya ataupun mungkin menjadi pelanggan tetap.

### Pembahasan

Program kerja praktek ini dilakukan selama tiga bulan yang dimulai pada Oktober 2020 hingga Januari 2021. Dalam menjalankan program kerja praktek ini dilakukan beberapa tahapan untuk mengetahui keseluruhan kondisi yang di alami oleh pemilik usaha, seperti melakukan observasi mengenai usaha yang berjalan, melakukan wawancara kepada team dan owner, melihat sistem pemasaran yang digunakan.

Setelah mengetahui bagaimana keadaan dan masalah yang dialami oleh pemilik usaha yang didapatkan dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan maka dilakukan rancangan dan diharapkan luaran dari kegiatan ini adalah penerapan sales promotion, peningkatan penjualan, terjalin kerjasama dengan pihak ketiga untuk membantu melakukan transaksi dengan sistem cicilan.

Perancangan implementasi dilakukan beberapa tahap, tahap pertama yaitu melakukan promosi dengan memberikan discount atau potongan harga setiap pelanggan yang melakukan pembelian barang Rp 15.000.000 akan mendapatkan potongan discount 3% dan melakukan penawaran setiap pembelian cat 20 kg Nippon Paint gratis kuas cat *roll*.



Gambar 1.1 Brosur Sales Promotion

Sistem kedua yang akan dilakukan adalah dengan melakukan kerjasama dengan pihak ketiga yaitu *home kredit* dimana pelanggan dapat melakukan pembelian barang seperti keramik, cat, semen dan bahan bangunan lainnya dengan nominal yang telah ditentukan dan dapat melakukan pengajuan pembayaran dengan cicilan kepada home kredit, hal ini juga memudahkan karena syarat yang hanya berupa dan proses validasi berlangsung selama 1-2 hari.



Gambar 1.2 Petugas Home Credit dan Konsumen

Tahap implementasi yang ketiga yaitu bekerjasama dengan kontraktor skala kecil- sedang, pada implementasi melakukan kerjasama untuk menjadi pemasok barang bahan bangunan, tentunya pada penerapan dilakukan langsung antara pemilik usaha dengan kontraktor yang ada dengan kesepakatan kerjasama yang ada.



Gambar 1.3 Pengantaran barang ke pelanggan

Tahap implementasi ke empat yaitu membuat e-catalog , pada perancangan catalog dibuat dengan membuat daftar harga dan gambar dari setiap produk yang ada, jenis barang yang tersedia, hal ini diharapkan dapat memudahkan pembelian barang

Setelah berlangsungnya proses implementasi pada program kerja praktek pada toko bangunan Rambun mendapatkan *feedback* dan dampak yang baik, mulai dari penerapan sistem *discount*, hubungan kerjasama dengan Home Credit selaku penyedia layanan pengkreditan, dengan kepala tukang dalam melakukan kerjasama sebagai penyedia barang bangunan dan pembuatan catalog bahan bangunan yang memudahkan pelayanan. Dengan dijalankannya semua program yang telah direncanakan di PT Rambun Metal Indo ini, meningkatnya jumlah pengunjung yang datang untuk melakukan pembelian barang, dan intensitas pembelian yang meningkat yang dapat dibuktikan dengan data penjualan yang tercatat selama tiga bulan pelaksanaan program kerja ini

Bulan	Tahun	Jumlah
Juli	2020	Rp26,710,000
Agustus	2020	Rp25,340,000
September	2020	Rp24,951,000

Table 1 Omset Sebelum Implementasi.

Sebelum dilaksanakan program implementasi terlihat bahwa setiap bulannya terjadi penurunan pada omset penjualan.

Bulan	Jumlah	%
Oktober'20	Rp26,947,080	8.0%
November'20	Rp28,968,111	7.5%
Desember'20	Rp31,372,46	8.3%

Sumber: Pemilik Usaha (2020)

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat dari tahap implementasi yang sudah dilakukan mulai memperlihatkan hasil dari pertumbuhan penjualan yang terjadi selama tiga bulan terakhir naik sebesar 7-9%.

### Simpulan

Berdasarkan rangkaian kegiatan yang dilakukan dari pengumpulan data, merancang implementasi dan pengimplementasi yang dilakukan dapat disimpulkan :

1. Berdasarkan pendapat-pendapat pascapenerapan strategi yang dilaksanakan terjadi peningkatan pada pendapatan toko selama 3 bulan terakhir diantara 7-9% perbulannya.
2. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh toko sehingga kurang adanya ketertarikan dan kurang dikenalnya usaha oleh masyarakat sekitar PT. Rambun.
3. Penambahan sistem pengkreditan *home credit* menjadi salah satu alternatif yang membantu masyarakat agar dapat melakukan pembelian

barang dengan sistem pembayaran cicilan.

Setelah proses yang dilakukan berikut adalah saran dari penulis yang dapat disampaikan kepada PT. Rambun adalah:

1. Melakukan promosi yang menarik untuk menarik minat konsumen untuk mengunjungi toko
2. Melakukan pengembangan dan bekerjasama dengan pihak lain seperti kepala tukang, kontraktor dan pihak lain yang memiliki hubungan dengan penggunaan material bangunan.

### Daftar Pustaka

- Kotler, Philip & Garry Amstrong. 2014. *Principles of Marketing* 15th. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Limbong, S. T. (2020). Virus Corona COVID-19 - Penyebab, Gejala dan Pencegahan - Klikdokter.com. *Www.Klikdokter.Com*. Retrieved from <https://www.klikdokter.com/penyakit/coronavirus>
- Mooij, Marieke de. 2019. *Consumer Behavior and Culture: Consequences for Global Marketing and Advertising*.
- Nabila, Mutiara. 2019. "Batam Makin Populer Dalam Proyek Properti." <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190513/47/922024/batam-makin-populer-dalam-proyek-properti>.
- News, B. I. (2020). Virus corona: Pendapatan usaha kecil "pupus" akibat covid 19, pemerintah siapkan bantuan sosial untuk

pekerja harian. Retrieved March  
1, 2021, from  
<https://www.bbc.com/indonesia>

ia/Indonesia-52059235 website:  
[https://www.bbc.com/indonesia/  
indonesia-52059235](https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-52059235)