

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Pelaksanaan program *apreinteice* ini dilaksanakan pada tanggal 20 agustus 2019 sampai dengan 19 september 2019. Kerja praktek ini bertujuan untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang di dapat selama perkuliahan, kegiatan yang direncanakan dalam pelaksanaan kerja praktek ini adalah strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan jasa fotografi Surya Maxima. Adapun hasil yang di dapat selama pelaksanaan kerja praktek diuraikan sebagai berikut :

4.2 Penerapan Strategi Pemasaran

Dalam proses meningkatkan penjualannya, Surya Maxima Photography menerapkan strategi pemasaran dengan aktivitas-aktivitas pemasaran yang terdiri dari :

1. Informasi Pemasaran
2. Produk
3. Promosi
4. Harga

1). Informasi Pemasaran

Sebuah informasi pasar sangatlah penting dalam melakukan pemasaran, dalam hal ini informasi pemasaran dapat digunakan untuk menganalisis keadaan pasar dan mengetahui apa saja yang konsumen minati dalam produk yang akan kita jual.

Pada aspek ini Surya Maxima Photography melakukan aktivitas promosi dengan melakukan percobaan pemasaran di berbagai lokasi guna mendapatkan informasi jumlah peminat konsumen, mengobservasi perilaku konsumen akan kebutuhannya, serta

melakukan evaluasi terhadap strategi-strategi yang telah diterapkan dari informasi data penjualan, dan sebagainya.

a. Kebijakan Harga

Menentukan keputusan sebuah harga yang baik merupakan hal wajib untuk perusahaan. Harga yang ditetapkan harus dapat menyesuaikan segala hal dalam perusahaan tersebut, sebuah harga ditentukan harus benar benar berdasarkan modal yang dikeluarkan, produk yang dibuat, serta memperhitungkan keadaan ekonomi masyarakat atau konsumen yang akan membeli produknya. Adapun beberapa tindakan yang dilakukan perusahaan Surya Maxima Photography dalam penetapan harga adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis harga dari produk-produk perusahaan jasa fotografi lainnya.
2. Menentukan kebijakan harga sesuai keadaan pasar.
3. Menetapkan promosi diskon harga pada hari-hari besar dan libur nasional
4. Menetapkan potongan-potongan harga bagi konsumen yang telah berlangganan sebagai member

Pada aspek ini perusahaan Surya Maxima Photography menetapkan harga yang murah untuk mendapatkan pelanggannya, Surya Maxima Photography tidak mengambil keuntungan yang berlebihan dari harga jasa yang telah ditetapkan karena perusahaan ini memikirkan usaha jangka panjang dengan mempertahankan jumlah pelanggan yang banyak, serta penentuan kebijakan potongan harga dalam hari-hari besar dan konsumen member agar dapat menarik pelanggannya serta tidak kalah saing dari perusahaan lain. Perusahaan ini sangat mengutamakan kepuasan konsumennya, karena dengan harga yang murah kemudian kualitas produknya baik, para konsumen pasti akan merasa sangat puas dan akan berlangganan dipersuahan tersebut.

b. Analisis Pesaing

Menurut Soegoto (2015:189), mengemukakan bahwa analisis pesaing adalah “memahami apa yang ada dibenak perusahaan lain dengan cara memetakan semua ide-ide yang tersembunyi untuk masa yang akan datang. Analisis pesaing berusaha

memahami perilaku pesaing dalam jangka panjang. Kesalahan fatal dari analisis pesaing adalah focus yang berlebihan pada kondisi saat ini.”

Persaingan memiliki 4 elemen tingkatan berdasarkan substitusi produk, yaitu :

1. Persaingan Merk

Terjadi jika pesaingnya adalah perusahaan lain yang menawarkan produk dan jasa yang serupa pada pelanggan yang sama dengan harga sama.

2. Persaingan Industri

Terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaingnya adalah semua perusahaan yang membuat produk atau kelas produk yang sama.

3. Persaingan Bentuk

Terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaingnya adalah semua perusahaan yang membuat produk atau kelas produk yang sama.

4. Persaingan Generik

Terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaingnya adalah semua perusahaan yang bersaing untuk mendapatkan uang konsumen yang sama. Setelah memahami analisis pesaing, perusahaan Surya Maxima Photography menerapkan beberapa strategi guna bertahan dan unggul dari pesaingnya, adapun strategi dalam persaingan yang ditetapkan adalah :

- **Mencari Informasi di internet**

Untuk mengetahui persaingan dari perusahaan lain, Surya Maxima Photography mencari informasi di internet karena di internet perusahaan dapat mengetahui bagaimana pesaing mempromosikan produknya, mengiklankan produknya, dan membandingkan produk dengan produk pesaingnya. Selain itu perusahaan juga dapat mengetahui jangkauan-jangkauan wilayah yang ditempati oleh pesaingnya.

- **Melakukan kunjungan ke perusahaan pesaing**

Dengan melakukan kunjungan ke perusahaan pesaing, perusahaan dapat mengetahui apa saja konsep produk yang sedang ramai di perusahaan pesaing, serta mengetahui kebijakan harga yang ditetapkan perusahaan lain.

2). Strategi Mempertahankan Pelanggan

Kepercayaan pelanggan merupakan hal yang sangat penting dalam melakukan penjualan, Surya Maxima Photography sangat memperhatikan pelanggan-pelanggannya, karena tidak semua konsumen yang datang tidak semua berlangganan/menetap pada perusahaan ini, oleh karena itu Surya Maxima Photography menerapkan beberapa strategi dalam mempertahankan pelanggannya agar pelanggan-pelanggannya tidak berpindah ke pesaing lain.

Ada 2 elemen strategi yang diterapkan oleh perusahaan Surya Maxima Photography, yaitu :

- **Mengelola atau Memelihara Tingkat Kepuasan Konsumen**

Surya Maxima Photography mengelola dan memelihara kepuasan konsumennya dengan cara mengiklankan kualitas produk fotografi di berbagai media agar produknya dapat dikenal lebih luas dan dipercayai oleh masyarakat yang melihat iklan tersebut.

- **Menyederhanakan Proses Pembelian**

Pada hal ini Surya Maxima Photography sangat memudahkan proses transaksi dari pelanggannya dengan beberapa hal diantaranya dengan mempercepat transaksi penjualannya, menawarkan beberapa jenis konsep foto yang bervariasi agar pelanggannya mudah tertarik, menjamin kualitas produk foto yang dibuat dengan konsep foto yang menarik serta kualitas cetak photo yang dapat bertahan lama.