



## STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN PROMOSI PRODUK UNTUK MENINGKATKAN MINAT PEMBELI DI ALFAMART WARUNG JAUD

Dimas Anggara<sup>a</sup>, Sakiroh<sup>b</sup>, Safitri Putri Derajat<sup>c</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis/ Prodi Manajemen/ Universitas Primagraha

Corresponding Email: [dim008844@gmail.com](mailto:dim008844@gmail.com)

### ABSTRACT

*The purpose of this study is to find out how the Marketing Strategy and product promotion at Alfamart Warung Jaud. This study uses a descriptive qualitative method, namely an approach used to understand and describe certain events based on data from interviews, observations, or documents. The results of this study are that Alfamart Warung Jaud has succeeded in attracting customer interest because it has implemented a good marketing and product promotion strategy.*

**Keywords:** *marketing strategy, promotion strategy, consumer*

### ABSTRAK

*Tujuan dari penelitian ini adalah agar mengetahui bagaimana Strategi Pemasaran dan promosi produk di Alfamart Warung Jaud. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yaitu pendekatan yang digunakan untuk memahami dan mendeskripsikan tentang peristiwa tertentu berdasarkan data hasil dari wawancara, observasi, atau dokumen. Hasil dari penelitian ini adalah Alfamart Warung Jaud berhasil menarik minat pelanggan karena sudah menerapkan strategi pemasaran dan promosi produk dengan baik.*

**Kata kunci:** *Strategi Pemasaran, strategi promosi, konsumen*

## PENDAHULUAN

Manusia hidup beriringan dengan kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Yang paling penting adalah kebutuhan primer atau kebutuhan pokok terutama pangan. Mengenai makanan dan minuman di zaman sekarang tentu banyak sekali jenisnya. Di era persaingan ketat ini tentu setiap perusahaan mencari serta menggunakan metode atau strategi pemasaran yang baik dan menarik minat masyarakat. (Kotler dan Amstrong 2011:62) mendefinisikan strategi pemasaran adalah prosedur pemasaran yang membuat perusahaan berharap untuk meningkatkan nilai pelanggan dan mencapai hubungan yang menguntungkan. Di bauran pemasaran ada 4 (empat) cara yang akan dilakukan oleh pelaku usaha yang ingin berhasil dan menjadi pemenang di pasar yaitu produk dengan kualitas baik (product), harga bersaing di pasaran (price), promosi penjualan (promotion) dan yang terakhir adalah tempat (place). (Gugup Kismono 2011:232) Strategi pemasaran adalah rencana untuk memilih dan menganalisis target pasar, mengembangkan dan memelihara bauran pemasaran yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen.

Jadi intinya adalah strategi pemasaran yaitu prosedur atau langkah-langkah yang dilakukan perusahaan untuk berhasilnya tujuan dari perusahaan.

Menurut asosiasi pengusaha ritel Indonesia (APRIANDO), Di Indonesia bisnis ritel atau eceran sudah ada kisaran tahun hingga sekarang. Semakin berkembangnya bisnis ritel seperti sehingga pengusaha berlomba-lomba untuk menarik minat pembeli. Ditengah persaingan yang ketat membuat para pelaku usaha berlomba-lomba menyajikan program penjualan yang dapat menarik pembeli sehingga banyak sekali yang mengadakan promo

terutama di hari spesial atau hari nasional dan promo weekend Jumat-sabtu-minggu (JSM). Promosi adalah cara untuk menginformasikan produk yang bertujuan untuk menarik pembeli untuk mengonsumsi. Dengan promosi tentu membuat produsen atau distributor mengharapkan laba perusahaan semakin naik. Promosi yaitu membujuk konsumen atau sasaran dan mengingatkan (Maddy:2010). Harga promosi adalah dimana terjadinya perubahan harga dalam sebuah produk atau memberikan harga khusus seperti saat penjualan produk baru tentu ini membuat masyarakat penasaran dan ingin membelinya.

Dapat disimpulkan bahwa promosi yaitu suatu pemberitahuan kepada konsumen yang berisi penawaran agar meningkatkan pembeli. Tujuan promosi adalah tentu untuk meningkatkan laba dari sebuah perusahaan.

Sifat-sifat promosi diantaranya adalah komunikatif yaitu promosi harus memberikan informasi yang menarik perhatian konsumen, Insentif yaitu promosi yang memberikan hal spesial kepada pelanggan, mengundang yaitu promosi memikat konsumen agar membeli produk saat itu juga.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yaitu pendekatan yang digunakan dalam memahami serta mendeskripsikan peristiwa, fenomena atau situasi tertentu secara detail berdasarkan data dari hasil wawancara, observasi, atau dokumen. Lokasi penelitian ini di Warung Jaud, RT.01/RW.01, Kaligandu, Kec. Serang, Kota Serang, Banten 42116. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama melalui wawancara, observasi atau kuesioner kepada subjek penelitian (Sugiyono 2017). Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari hasil pencatatan atau dokumentasi yang sudah tersedia sebelumnya contohnya seperti arsip, jurnal atau literatur lainnya. (Arikunto: 2013).

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

Berdasarkan hasil wawancara kepada Ibu Nazmah Aqilah bahwa strategi pemasaran yang penting diterapkan adalah 3S (Salam, Sapa & Senyum) dan kegiatan promosi yang digunakan dan menarik minat pelanggan adalah promo awal & akhir bulan, promo JSM, dan Promo hari spesial.

### **Pembahasan**

#### **Analisis Strategi Pemasaran Produk di Alfamart Warung Jaud**

Strategi pemasaran Alfamart didalamnya terdapat 4 (empat) P yaitu product (produk), Price (harga), Place (tempat) dan Promotion (promosi). Alfamart Warung Jaud selalu memastikan produknya dengan baik misalnya rutin cek tanggal kadaluwarsa, membersihkan produk agar tidak berdebu, menyusun produk agar terlihat rapih. Alfamart Warung Jaud memberikan harga yang menarik misalnya dengan cara beli 1 gratis 1, atau dengan membeli 3 produk A mendapatkan bonus B sehingga membuat pelanggan lebih hemat. Alfamart Warung Jaud adalah tempat yang mudah dijangkau dan memiliki akses yang baik di berbagai tempat sehingga ramai pengunjung atau pembeli. Dengan promosinya yang berhasil menarik minat pelanggan. Alfamart ini juga dibuka 24 jam sehingga mendapatkan lebih banyak pembeli, juga menyediakan pesan antar jadi memudahkan para pembeli dan yang paling penting di Alfamart Warung Jaud adalah mereka menerapkan 3S (Senyum, sapa, salam).

### **Analisis Promosi Produk di Alfamart Warung Jaud**

Di bawah ini adalah strategi komunikasi promosi produk di Alfamart agar meningkatkan minat belanja konsumen, yaitu:

a. Promosi bulanan, mingguan dan harian

Promosi ini adalah hal yang sering dilakukan oleh Alfamart Warung Jaud karena strategi ini salah satu keberhasilan dalam meningkatkan laba perusahaan. Cara ini menarik perhatian masyarakat karena terjadi di waktu tertentu. Contoh promo bulanan yang diterapkan di Alfamart Warung Jaud yaitu promo awal bulan dan akhir bulan. Selain promo bulanan ada juga promo mingguan dan harian seperti JSM (Jumat-sabtu-minggu) atau disebut dengan promo weekend. Alfamart menawarkan banyak produk untuk kebutuhan sehari-hari dengan menyebarkan brosur produk.

b. Promosi Spesial

Promosi ini digunakan Alfamart hanya saat acara di waktu-waktu tertentu. Contohnya penyambutan ulang tahun Alfamart, Hari nasional, dan lainnya. Selain menawarkan produk ke konsumen, Alfamart Warung Jaud juga mencoba menarik perhatian dengan menggunakan kostum yang sesuai dengan acara tertentu seperti hari kartini, para karyawan memakai kebaya saat bekerja, tentunya hal ini menarik perhatian masyarakat. Ini salah satu cara yang dilakukan Alfamart Warung Jaud untuk menarik minat belanja konsumen.

Setiap strategi tentu membutuhkan alat bantuan agar mempermudah dalam menjalankan strategi, di bawah ini adalah alat-alat yang membantu untuk menarik minat masyarakat, yaitu:

1. Kupon

Kupon adalah surat kecil yang berisi imbalan yang akan diterima oleh konsumen. Hal ini tentu membuat masyarakat tertarik untuk membeli di Alfamart Warung Jaud, karena mereka bisa mendapatkan imbalan atau hadiah dari apa yang mereka beli. Dengan adanya potongan harga dari Alfamart tentu membuat konsumen melakukan pengurangan belanja produk Alfamart.

2. Paket Harga

Biasanya ini terjadi di waktu tertentu, misalnya saat bulan Ramadhan, tahun baru dan lain-lain. Contohnya adalah paket pak rahmat (paket ramadhan hemat). Dengan adanya paket hemat ini tentu masyarakat merasa tertarik untuk membeli di Alfamart Warung Jaud. Tentu hal ini membuat masyarakat senang karena bisa menghemat pembelanjaan. Misal harga satu paket yang berisi 5 produk yang biasanya hanya mendapat 3 produk.

3. Undian

Selain promo diatas Alfamart Warung Jaud juga mengadakan promosi dengan cara memberi undian kepada masyarakat. Dengan cara mengundi pembeli dan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk memenangkan seperti unag tunai, traveling dan menadapatkan hadiah berupa barang atau lainnya.

4. Premium (hadiah pemberian)

Maksudnya adalah dengan cara menawarkan barang eksklusif dengan harga yang sangat miring sehingga membuat konsumen ingin membeli barangnya saat itu juga.

## **KESIMPULAN**

Dari hasil penelitian bisa disimpulkan bahwa Alfamart Warung Jaud sudah menggunakan strategi pemasaran dengan empat P diantaranya yaitu product yang berarti produk dengan keadaan baik, price atau harga yang sesuai dengan pasar, place yaitu tempat yang mudah dijangkau, dan promotion yaitu promosi yang menarik konsumen. Jenis promosinya adalah promo JSM dan promo hari spesial sehingga menarik minat masyarakat untuk membeli di Alfamart Warung Jaud.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Adisaputro, Gunawan, 2010, Manajemen Pemasaran (Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran), Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta
- Tjiptono. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Damar Mulia Pustaka
- Daryanto. 2011. Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah. Bandung. Satu Nusa Grafindo, Jakarta Gugup, Kismono. 2011. Bisnis Pengantar. Yogyakarta: BPFE Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. PrinsipprinsipPemasaran. Edisi13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Suhaini, Strategi Alfamart Dalam Menarik Minat Beli Masyarakat Di Desa Bug-Bug Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat Perspektif Ekonomi Islam, 2017