

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA
PENGUSAHA MAINAN
DI SUZUYA TANJUNG MORAWA**

Taufik Hidayat¹, Nuri Aslami²

State Islamic University of North Sumatra

taufikhidayatinst@gmail.com¹, nuriaslami@uinsu.ac.id²

Received:24 Desember 2021
Revised:28 Desember 2021
Accepted:07 Januari 2022

Abstrak (Indonesia)
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran di Toy Stand khususnya bauran pemasaran di Suzuya Tanjung Morawa. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu studi kasus yang menghasilkan data deskriptif yang dituangkan dalam kata-kata. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini penulis melakukan kunjungan langsung ke booth mainan anak untuk melakukan wawancara pribadi dengan pemilik stand mainan yaitu Bapak Ricky Gunawan dilengkapi dengan data penjualan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dalam meningkatkan omzet penjualan Toy Stand yaitu strategi segmentasi, targeting, positioning dan khususnya bauran pemasaran telah dilaksanakan dengan baik walaupun belum sepenuhnya dilaksanakan. Untuk dapat lebih meningkatkan omzet penjualan pada Toy stand Suzuya Tanjung Morawa sebaiknya perusahaan dapat melakukan inovasi terhadap produk yang dijual oleh pemilik Toy Booth, memperluas pasar penjualan, menambah kegiatan promosi, memperluas trend mainan anak masa kini dan meningkatkan kreativitas dalam tata letak. cara mendirikan Stand agar bisa menghasilkan pendapatan lebih dari penjualan.

Kata kunci: Strategi Pemasaran; Peningkatan Pemasaran dan Bauran Pemasaran.

Abstract (English)

This study aims to analyze the marketing strategy at the Toy Stand, especially the marketing mix at Suzuya Tanjung Morawa. This study uses a qualitative method, namely a case study that produces descriptive data as outlined in words. Data collection techniques in this

study the authors made a direct visit to the children's toy booth to conduct personal interviews with the owner of the toy stand, namely Mr. Ricky Gunawan equipped with sales data. The results showed that the strategy in increasing sales turnover of Toy Stands, namely the segmentation, targeting, positioning strategies and especially the marketing mix had been implemented well although not fully implemented. To be able to further increase sales turnover at the Toy stand at Suzuya Tanjung Morawa, the company should be able to innovate the products sold by the Toy Booth owner, expand the sales market, add promotional activities, expand the trend of today's children's toys and increase creativity in layout. how to set up the Stand so that it can produce more revenue from sales.

Keywords Marketing Strategy; Marketing Improvement and Marketing Mix.

*Correspondent Author : Taufik Hidayat
Email : taufikhidayatinst@gmail.com



INTRODUCTION

Mainan adalah sesuatu yang digunakan dalam permainan oleh anak-anak, orang dewasa ataupun binatang. Berbagai jenis benda dihasilkan untuk digunakan sebagai mainan, akan tetapi barang yang diproduksi untuk tujuan lain dapat digunakan sebagai mainan. Berbagai jenis mainan telah diciptakan perusahaan atau manusia dari tahun ke tahun bahkan setiap generasi memiliki jenis mainan masing-masing. Mainan juga suatu alternatif yang digunakan sebagai objek bermain bagi anak-anak maupun binatang. Mainan menjadi alat favorit bagi anak-anak karena secara tidak langsung mainan menjadi suatu alat untuk mengedukasi anak-anak dalam mengeluarkan keceriaan (Y,Lindra,2021). Kebanyakan konsumen yang membeli adalah masyarakat yang memiliki seorang anak ataupun adik. Mainan sangat digemari hingga masa kini dan telah menjadi barang yang dapat membentuk keaktifan pada anak.

Mainan Anak walaupun bukan sebuah kebutuhan utama, tetap saja mainan ini sangat diperlukan. Bila dilihat di jalan, mall atau toko, mainan Anak ini tak pernah sepi pengunjung ataupun tergerus oleh musim. Oleh karena itu, membuka usaha mainan Anak bisa menjadi alternatif yang baik karena mainan sangat diminat oleh Anak-anak baik itu batita sampai Anak yang sudah memasuki usia SD. Melihat peluang yang begitu besar, maka mulai banyak bermunculan para pelaku usaha mainan. Jenis usaha mainan anak pun beragam, mulai dari usaha mainan edukatif, penyewaan, mainan anak sd, balita dan masih banyak lagi. Dan

Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Pengusaha Mainan Di Suzuya Tanjung Morawa

yang terpenting pemasaran mainan Anak bisa dilakukan secara online maupun offline. Walaupun Anda membuka usaha dari rumah jika pemasaran dan promosinya bagus, maka akan mendatangkan keuntungan yang cukup menggiurkan. Perkembangan untuk melakukan bisnis mainan di Indonesia berkembang pesat disebabkan karena tingginya permintaan permainan masyarakat di zaman sekarang dengan mengikuti trend-trend terbaru. Persaingan pembuatan jenis mainan baru sangat digemari oleh masyarakat sehingga menjadi trend tersendiri untuk membentuk ide baru bagi perusahaan-perusahaan yang memproduksi. Dalam hal perusahaan perlu mengetahui pasar dan trend dimana produk maupun jasa yang diproduksi akan ditawarkan atau dipasarkan.

Agar Stend Mainan tetap mampu bersaing dengan berbagai Penjual lain baik berbeda jenis maupun produknya sejenis seperti Stend Mainan tadi maka harus mampu mengatur atau mengolah Stendnya dengan baik, agar para pelanggan tidak berpindah kepada pesaing. Maka dari itu perlu pemasaran produk yang baik sehingga dapat dipastikan Pengusaha akan mendapatkan laba yang maksimal, sebaliknya jika pemasaran produk tidak baik maka dapat mengakibatkan penurunan pendapatan pada pengusaha. Pengusaha yang ingin memenangkan persaingan atau tetap bertahan hidup juga perlu menggunakan strategi untuk menghadapi pesaing. Jika pengusaha tidak memiliki strategi maka pengusaha akan cepat mengalami gulung tikar. Menurut Swastha strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuan, (Rian Hidayat, 2015).

Menurut Suprpto pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk mendistribusikan barang-barang dan jasa-jasa yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial. Adapun tujuan dari pemasaran adalah memberi kepuasan kepada para pelanggan atau konsumen karena dengan adanya kepuasan yang dirasakan oleh konsumen akan menimbulkan respon yang baik yaitu terjadinya pembelian ulang dan menganjurkan konsumen lain agar membeli atau menggunakan produk atau jasa yang sama.

Pengusaha Mainan strategi pemasaran mempunyai peranan penting dalam mencapai tujuan usaha. Oleh karena itu bidang pemasaran berperan besar dalam merealisasikan rencana usaha. Hal ini dapat dilakukan, jika perusahaan ingin mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Dengan melakukan penerapan strategi pemasaran yang akurat melalui pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan. Sehubungan dengan hal tersebut pelaksanaan pemasaran modern dewasa ini mempunyai peranan yang besar sebagai penunjang langsung terhadap peningkatan laba perusahaan. Strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang kegiatan yang akan dilakukan perusahaan dalam memaksimalkan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran,

Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Pengusaha Mainan Di Suzuya Tanjung Morawa

(Raudatul Jannah,2019). Strategi pemasaran terdapat istilah Bauran Pemasaran (Marketing Mix). Bauran pemasaran merupakan suatu perangkat yang dapat menentukan tingkat keberhasilan pemasaran bagi perusahaan, dan semua ini ditunjukkan untuk memberikan kepuasan kepada segmen pasar atau konsumen yang dipilih. Pada hakikatnya bauran pemasaran (marketing mix) adalah mengelola unsur-unsur marketing mix supaya dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan tujuan dapat menghasilkan dan menjual produk dan jasa yang dapat memberikan kepuasan pada pelanggan maupun konsumen. Elemen-elemen dari bauran pemasaran (marketing mix) yang disebut 4p yaitu: product (produk), price (harga), place (tempat), promotion (promosi) merupakan variable-variabel yang dapat dikontrol perusahaan sebagai sarana komunikasi.

Pengusaha Penjualan Mainan anak-anak merupakan industri edukasi bagi anak-anak yang bergerak dibidang industri barang. Pengusaha stand mainan ini beroperasi di Suzuya Tanjung Morawa sejak tahun 2019 oleh Bapak Ricky Gunawan bersama dengan adiknya taufik Hidayat. Pengusaha Stand mainan ini menjual berbagai jenis mainan mulai usia 0 bulan sampai 12 tahun dan menjual berbagai mainana lengkap sesuai usia untuk anak-anak. Stand mainan ini sangat dicari oleh anak-anak atau orang tua karena lokasi penjualannya berdekatan dengan Rumah Makan Fountain sehingga menjadi salah satu daya tarik tersendiri ketika melewati Fountain dan langsung menemukan Lokasi Stand Penjualan mainan anak-anak. Pengusaha penjualan mainan anak-anak menghadapi persaingan dengan produk barang yang sama di lokasi Suzuya Tanjung Morawa. Kebanyakan pelanggan yang membeli mainan ini adalah pelanggan yang sedang berkunjung ke Suzuya Tanjung Morawa. Karena itu pengusaha melakukan berbagai macam cara agar pemasaran berjalan dengan baik dan juga dapat diketahui oleh pengunjung Suzuya sehingga dapat meningkatkan penjualan.

PENGUSAHA PENJUAL MAINAN TAHUN 2019-2021

**Tabel 1.
Penjualan Mainan Tahun 2019-2021**

Tahun	Jenis Barang	Volume Penjualan
2019	Mobil Remot	500
	Kitchen Cooking	470
	Berbie	450
	Hewan	510

Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Pengusaha Mainan Di Suzuya Tanjung Morawa

	DI l	300
2 020	M obil Remot	380
	Ki tchen Cooking	340
	B erbie	317
	R obot	350
	DI l	200
2 021	M obil Remot	500
	B erbie	480
	H ewan	400
	R obot	405
	Po p it	250
	K aktus	200
	DI l	200

Dari tabel diatas dapat dilihat tingkat penjualan pengusaha mainan Ricky gunawan di Tanjung Morawa dari tahun ke tahun mengalami naik turun. pada awal masuk Stand tahun 2019 penjualan laris manis sampai dengan di tahun 2019 terjadi penurunan dikarenakan dampak pandemi covid 19 dan pada tahun 2021 mengalami kenaikan. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik dalam melakukan penelitian pada Pengusaha Stand penjualan mainan di Suzuya Tanjung Morawa. Peneliti ingin mengetahui bagaiman analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan mainan dalkam usaha ini agar dapat melakukan evaluasi. Peneliti akan melakukan analisa bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan.

Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Pengusaha Mainan Di Suzuya Tanjung Morawa

METHOD

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mempermudah menganalisis pembahasan pada penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data dan informasi untuk dijadikan bahan penelitian dari responden. Metode yang digunakan dalam mengumpulkan informasi adalah Penelitian lapangan seperti observasi dan wawancara, Riset perpustakaan dimana peneliti mendapatkan data melalui sumber-sumber tertentu yang berhubungan dengan penelitian dan menganalisis data agar data yang sudah didapat agar mudah dipahami. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. The qualitative research method is a research method based on the philosophy of positivism, used to examine the condition of natural objects, where the researcher is the key instrument, the sampling of data sources is done purposively and snowball, the data collection technique is triangulation, the data analysis is inductive/qualitative and the results research emphasizes meaning rather than generalization (sugiyono)

RESULTS AND DISCUSSION

Setelah mengumpulkan semua informasi terhadap analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan omzet pengusaha Jualan mainan di Suzuya Tanjung Morawa dengan memanfaatkan semua informasi tersebut kedalam model-model kualitatif strategi dan sebaiknya menggunakan beberapa model sekaligus agar dapat memperoleh analisis yang lengkap dan akurat. Model-model yang digunakan adalah :

Analisis Deskriptif

Pada bagian ini menjelaskan data primer dan data sekunder dari hasil wawancara secara langsung yang dilakukan kepada subjek penelitian yaitu Bapak Ricky Gunawan.

Barang-barang yang di Stand Dan Dijualkan

Pengusaha menjual berbagai jenis barang-barang mainan yang elok rupa dan canggih dari mainan masu lalu yang sudah modren hingga mainan yang trending dikalangan masa kini. Menjual segala mainan dari usia bulan hingga 12 tahunan tersedia sehingga konsumen hanya tinggal memilih sesuai selera dan kebutuhan. Mulai dari Mobil, Pesawat dan Motor Remot, Barbie, Cooking Ktichen, Swimming Pool, hingga mainan trending Kaktus speaker, Pop It.

Strategi Pemasaran yang Diterapkan Pengusaha Penjual Mainan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dalam penerapan strategi pemasaran yang dilakukan dalam penjualan memilih merumuskan dengan mengikuti trending mainan sekarang dengan mengikuti selera konsumen maka penghasilan akan bertambah, selain itu juga harus melakukan segmentasi, targeting dan positioning. Dengan mengembangkan marketing mix atau bauran dalam penjualan pemasaran mainan di Suzuya Tanjung Morawa terdiri dari 7P yang terdiri dari 4 unsur utama yaitu, produk, harga barang, promosi dan 3 unsur

Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Pengusaha Mainan Di Suzuya Tanjung Morawa

tambahan yaitu manusia, sarana fisik dan proses yang bertujuan untuk menarik konsumendan mempertahankan pelanggan-pelanggan yang sudah biasa membeli di Stand penjualan, (suprpto,2020). Ada beberapa segmen yang harus dijelaskan: *Segmentasi, Targetting, dan positioning* Dimana pada tahyap ini dilakukan analisa pasar mulai dari menentukan segmentasi lokasi penjualan, lalu mengidentifikasi target kemudian mengidentisfikasi posisi. (Arif,2017). Segmen-segmen tersebut adalah: *Segmenting Consumer Markets*, Berdasarkan Geografis atau wilayah untuik menentukan segmentasi geografis lebih memfokuskan dimana akan ditempatkan lokasi Sdtand yang ramai dilalui pendatang Suzuya. Sehingga ketika pengunjung hendak masuk ke suzuya mata tertuju ke Stand Mainan. Berdasarkan Segmentasi Demografis yaitu membagi letakkan susunan Mainan secara rapi agar menarik pelanggan mulai dari mainan anak perempuan dan laki-laki Dan segmentasi berdasarkan psikografis adalah membagi harga-harga sesuai dengan kualitas dan harga beli barang dengan harga jual barang, (Saleh,2019)

Market Targeting Dari analisis segmentasi yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa target penjualan yang dibidik oleh pengusaha mainan adalah orang tua khususnya mainan unutuk anak mereka. Target pemasaran dan penjualan mainan lakubkeras pada hari rabu, kamis, sabtu dan minggu dimana para pengunjung akan banyak berdatang ke Suzuya sehingga pengusaha bisa menawarkan harga jual me njadi lebih murah dan omset akan naik dari hari biasanya. (Hestanto,2020)

Positioning Pengusaha mainan memiliki barang-barang yang terbaru trend masa kini dan sangat menarik beda dari pe njual mainan lainnya. Pengusaha mainan memiliki barang-0barang yang canggih seperti pesawat dan mobiol remot yang best seller dikalangan anak-anak sekarang.

Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Setelah melakukan semua segmentasi dari hasil wawancara dari pemilik pengusaha maianan di Suzuya Tj. Morawa di dapati hasil strategi dan fokus pengusaha sebagai berikut: *Produk* Pengusaha Stend mainana di Suzuya Tanjung Morawa memiliki berbagai jenis mainan. Strategi yang digunakan ialah barang-barang yang dijual dan di Stendkan memiliki harga jual yang terjangkau dengan kualitas yang terjamin sehingga pelanggan puas dan menjadi konsumen langganan di pengusaha mainana ketuka mengunjungi suzuya tidak lupa untuk membeli maianan tersebut. Dimana kualitas juga merupakan kesenangan gterse ndiri bagi konsumen untuk membeli barang dari pengusaha tersebut menurut Widya, 2017.

Harga; Harga adalah suatu alasan utama bagi konsumen untuk membeli mainan. Sehingga pengusaha harus pandai dalam menentukan harga jual barang kepada pelanggan sesuai dengan model mainana maka pelanggan dan pengusaha sama-sama merasakan kepuasan tersendiri. Pengusaha juga harus memikirkan pembayaran sewa perbulan dan pajak dengan harga beli barang maianan kemudian menawarkan harga jual kepada pelanggan harus tepat sehingga tidak

terjadi harga barang yang cukup mahal. Sejauh ini pengusaha menawarkan harga jual yang tepat dan bisa menawar harga jika barang yang dibeli lebih dari dua barang. *Tempat Lokasi*; Lokasi Sten Mainana ini awal opening tahun 2019 tepat di depan pintu masuk sehingga pelanggan ramai untuk membeli mainan kemudian awal tahun 2020 dan 2021 pindah lokasi tepatnya di depan Resto Fountain. Terjadinya pemindahan tempat setidaknya mengalami sedikit hambatan tetapi seiring berjalannya waktu omset penjualan tetap meningkat dikarenakan letak lokasi yang strategis dan mudah dilihat dari pengunjung Suzuya Tj. Morawa.

Promosi; Promosi merupakan sarana bagi pengusaha atau perusahaan untuk memperkenalkan barang dagangan atau produk yang dihasilkan untuk dijual kepada masyarakat. Promosi juga suatu komunikasi informasi penjualan dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga pembeli mengingat barang jual dan produk tersebut. Pedagang atau pengusaha wajib melakukan promosi dari mouth to mouth agar memikat pelanggan untuk membeli suatu dagangan. Begitu juga dengan Bapak Ricky Gunawan ini melakukan promosi Mainan dengan Menyahut ramah para pengunjung Suzuya serta melakukan promosi di instagram dan juga Youtube. Promosi dilakukan melalui mouth to mouth oleh pengunjung Suzuya. Promosi dalam marketing mix bertujuan untuk menyebarluaskan informasi mempengaruhi atau mengingatkan pasar sarana agar barang jual dapat dibeli oleh pengunjung Suzuya.

CONCLUSION

Dalam hal penjualan produk atau barang mainan, Pengusaha Ricky Gunawan bersama Adiknya Taufik Hidayat sudah menjual lebih dari 1000 barang mainan yang berkualitas dan mengikuti model trend mainan zaman sekarang. Pengusaha tetap menyesuaikan harga sesuai dengan pasaran mainan dengan membagikan pajak dari sewa tempat. Pengusaha melakukan harga yang terjangkau sesuai dengan bentuk dari mainana tersebut. Pengusaha mainan menetapkan lokasi zstand mainan tepat Di depan Resto Fountain sehingga pelanggan fountain yang membawa anak kecil datang untuk membeli maianan. Pedagang maianan melakukan promosi dari mouth to mouth kepada pelanggan untuk menarik pelanggan Suzuya serta melakukan promosi di instagram dan youtube. Pengusaha mainan Ricky Gunawan sangat kreatif dalam hal menyusun mainan dan memperlihatkan barang-barang maianan yang canggih dan trend. Strategi dalam meningkatkan pmzet penjualan mainan Ricky Gunawan dan taufik Hidayat yaitu strategi segmentasi, tergetting, positioning dan bauran pemasaran sudah diterapkan dengan baik meskipun tidak sepenuhnya berjalan dengan lancar.

REFERENCES

- Arif, Muhammad. 2017. *Marketing Skill*. FEBI UIN-SU Press.
- Hestanto. (n.d.). Pengertian Promosi dan Bauran Promosi. Retrieved 2 Juli 2020 from [hestanto:https://www.hestanto.web.id/promosi/](https://www.hestanto.web.id/promosi/)
- Hidayat, Muhammad Ryan. 2015. “Analisa Hubungan Kemampuan Kerja dalam Pemberian Informasi Guna Meningkatkan Pelayanan pada Perusahaan Dodol Nursinah Kandungan”. Skripsi. fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Islam Kalimantan, Banjarmasin.
- Raudatul Jannah, Dkk. 2019. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Perusahaan Roti Kiky Dikandangan. Skripsi Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen. Universitas Islam Kalimantan Muhammad.
- Saleh, M. Y., & Said, M. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media.
- Suprpto, R., & Wahyuddin Azizi, M. Z. 2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Ds. Pulung, Kec. Pulung, Kab. Ponorogo: Myria Publisher.
- Widjaya, P. G. 2017. Analisis Segmenting, Targeting, Positioning dan Marketing Mix pada PT. Murni Jaya. *Agora*, 5(1)
- Y.Lindra. 2021. Usulan Strategi Pemasaran Digital Pada Toko Mainan Strkidz. [Repository.unpar.ac.id](https://repository.unpar.ac.id).



© 2021 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).