



Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Kayu Manis Pada PT. CV Rempah Sari Kota Padang

The Influence of Marketing Strategies on Increasing Wood Sales Volume at CV. Rempah Sari Padang City

Hafiz Al Abrar¹, Melisa Putri², Bunga Henida Putri³, Fitriyani Fitriyani⁴, Ramdani Bayu Putra⁵

¹⁻⁵Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPI YPTK Padang, Indonesia

Email Korespondensi : hafizalabrar@gmail.com¹, putrimelisa8@gmail.com², bungahenidaputri01012004@gmail.com³, fitriyani134511@gmail.com⁴

Article History:

Received: Mei 20, 2024;

Revised: Juni 12, 2024;

Accepted: Juli 04, 2024;

Online Available: Juli 09, 2024;

Keywords: Segmentation marketing strategy, targeting, positioning, and Sales Volume

Abstract: This research aims to determine the influence of marketing strategy on sales volume in CV.Rempah Sari in Padang City by using segmenting, targeting, and positioning strategies both partially and simultaneously. marketing is one of the most important functions in the company, where with the right marketing it can determine the sales volume and the position of the company (product) in the market. The data collection technique used in this study is by using questionnaires or questionnaires, namely data collection techniques carried out by providing a set of questions or statements to the leadership of CV.Rempah Sari kota padang. The purpose of this research is to find out how the influence of marketing strategies on the increase in the sales volume of sweet skins in cv.spice sari kota padang. The results of this research show that CV.Rempah Sari has a quality marketing strategy that can meet the needs of consumers.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran terhadap volume penjualan di CV.Rempah Sari di Kota Padang dengan menggunakan strategi segmenting, targeting, dan positioning baik secara parsial maupun secara simultan. Pemasaran merupakan salah satu fungsi yang sangat penting dalam perusahaan, dimana dengan pemasaran yang tepat dapat menentukan volume penjualan dan posisi perusahaan (produk) di pasar. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan angket atau kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada CV. Rempah Sari Kota Padang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh strategi pemasaran terhadap peningkatan volume penjualan kulit manis pada CV.Rempah Sari Kota Padang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa CV.Rempah Sari memiliki strategi pemasaran berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran Segmentasi, Targeting, Positioning dan Volume Penjualan.

1. PENDAHULUAN

Manajemen strategis adalah sebuah perusahaan yang mengelola sumber daya miliknya untuk bisa mencapai target dan tujuan yang telah ditentukan. Pengelolaan sumber daya perusahaan ini adalah kesempatan penting bagi perusahaan untuk semakin berkembang, mengingat alur pertumbuhan bisnis saat ini cenderung berubah-ubah.

Selain itu, manajemen strategis meliputi beberapa aspek dalam perusahaan yakni seperti penentuan target serta tujuan yang ingin diraih, analisa kompetitor di industri sejenis,

*Hafiz Al abrar, hafizalabrar@gmail.com

analisis internal perusahaan, evaluasi strategi perusahaan, hingga memastikan seluruh strategi berjalan dengan stabil dan lancar.

CV. Rempah Sari merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan rempah rempah. Rempah Sari adalah eksportir kayu manis / cassia Indonesia yang paling terkemuka. Didirikan pada tahun 1964 yang pertama berdagang di berbagai jenis komoditas seperti cengkeh, kopi, pala, minyak atsiri dan kayu manis / cassia. Sejak beberapa tahun yang lalu, kami telah mengkhususkan diri dalam bisnis cassia dan telah menjadi salah satu eksportir cassia terbesar dari Indonesia dengan kapasitas ekspor antara 2.500 - 3.500 ton per tahun. Kami memproduksi semua grade cassia dan sejauh ini kualitas kami telah diterima secara luas oleh pasar dunia.

Kualitas yang bagus serta penyediaan produk yang beraneka ragam sehingga dapat memenuhi seluruh selera konsumen. CV. Rempah Sari merupakan perusahaan rempah rempah kulit manis yang terkenal memiliki produk rempah rempah yang sangat bagus dan berkualitas tinggi sehingga diminati oleh banyak konsumen. Perkembangan bisnis yang kian kompetitif membuat CV. Rempah Sari harus terus melakukan inovasi dalam produk maupun pelayanan dengan mengutamakan kualitas dan kepuasan pelanggan. Salah satu faktor pendukung dari keberhasilan CV. Rempah Sari dalam menguasai pasar terletak pada strategi pemasarannya yang cukup efektif menerapkan strategi STP (Segmentation, Targeting dan Positioning).

2. METODE

Lokasi tempat pelaksanaan PBL ini adalah CV.Rempah Sari Jl.Padang Tlk.Bayur, Kec.Padang Selatan, Kota Padang, Sumatra Barat. CV.Rempah Sari cabang Teluk Bayur didirikan pada tahun 1964. Penyusunan artikel ini dilakukan dengan metode penentuan informasi melalui observasi dan wawancara dengan salah satu pimpinan CV.Rempah Sari Kota Padang. Kegiatan Project based learning (PBL) kepada usaha ini dilakukan dengan pendekatan sosialisasi kepada pimpinan CV.Rempah Sari Kota Padang untuk menerapkan strategi pemasaran terhadap peningkatan volume penjualan kayu manis dengan menggunakan sosialisasi yang ada. Prosedur kegiatan dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Persiapan

Acara persiapan mencakup beberapa prosedur:

- a. Menyiapkan materi
- b. Survei Lokasi
- c. Mengurus surat-surat perizinan
- d. Membuat proposal dan proses persetujuan Lokasi pengabdian kepada Masyarakat

2. Screening

Setelah memaksimalkan persiapan, screening kemudian menjadi agenda selanjutnya.

Ada beberapa tahap yang dilakukan:

- a. Menyiapkan pembicara dan panitia sebelum acara
- b. Memastikan semua alat-alat yang dibawa ke Lokasi
- c. Memastikan semua kebutuhan acara seperti transportasi, cendramata.

3. Implementasi kegiatan

Kegiatan ini berkegiatan dengan pelaksanaan (PKM) dengan waktu yang telah terjadwal.

Adapun rencana kegiatan yang ada:

- a. Penyajian materi PKM Team mahasiswa
- b. Meneliti pengambilan keputusan terhadap posisi karyawan dan pengaruhnya terhadap penugasan karyawan
- c. Penutup (Dokumentasi dan Administrasi)

4. Evaluasi

Kegiatan ini bagian penting untuk menjadi inovasi dan perbaikan secara terus menerus

dimasa mendatang. Sehubungan dengan capaian atau keterbatasan yang masih ada pada saat pelaksanaan (PKM).

3. HASIL

Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh strategi pemasaran terhadap peningkatan volume penjualan kayu manis pada CV.Rempah Sari Kota Padang.

Untuk mencapai tujuan dari penelitian ini, kami melakukan beberapa kegiatan, yaitu:

1. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan langsung pada suatu kegiatan yang sedang berlangsung. Setelah melakukan observasi kami mengetahui beberapa hal seperti tahap produksi, cara mendapatkan bahan baku utama, dan mengetahui bagaimana kejadian langsung di lapangan.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilaksanakan oleh

dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (interviewee) yang memberikan jawaban atau pertanyaan tersebut (Lexy Moloeng, 2005: 186)



Gambar 3.1 Pelaksanaan kegiatan PBL

4. DISKUSI

Target dalam kegiatan ini adalah untuk memahami dan mengetahui bagaimana CV.Rempah Sari dapat berkembang serta mengetahui bagaimana cara CV.Rempah Sari ini megngexpor kayu manis atau cassiaviera ke luar negeri.Dimana setelah penelitian ini bahwa cara mengetahui cara mengexpor kayu manis di Perusahaan ini sudah efektif dengan menggunakan kapal dagang, ada beberapa kendala dalam mengexpor kayu manis ke luar negeri. Dalam hasil diskusi pemi pin telah mengadakan Solusi dan strategi untuk menyelesaikan kendala tersebut dengan cara :

- 1). Kapal Dagang memutar untuk menghindari konflik politik yang terjadi di Ukraina dan Rusia.
- 2). Meningkatkan mutu dan kualitas produk kayu manis agar negara lain tidak beralih untuk mengexpor kayu manis ke negara Vietnam.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan dari pengabdian masyarakat ini adalah dengan kegiatan Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Kayu Manis Pada CV. Rempah Sari Kota Padang,dapat disimpulkan bahwa CV. Rempah Sari adalah usaha yang berdiri pada

tahun 1964. Usaha ini sudah memiliki sertifikat resmi dengan ketentuan sesuai peraturan yang berlaku. Perusahaan ini menggunakan strategi meningkatkan mutu dan kualitas produk untuk meningkatkan volume penjualannya. Sehingga bayer puas dengan membeli produk dari Perusahaan CV. Rempah Sari ini, dengan itu usaha ini jarang mengecewakan bayer.

6. PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami Mengucapkan Terima kasih kepada seluruh pendukung kegiatan ini yakni Bapak Ramdhani Bayu Putra, SE, MM sebagai dosen pengampu mata kuliah Manajemen Strategi Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang dan Terima kasih juga kepada pihak CV. Rempah Sari Kota Padang yang sudah memberikan kami kesempatan untuk melakukan kegiatan penelitian ini, sehingga PBL pada CV. Rempah Sari ini dapat berjalan dengan lancar dan baik. Segala kekurangan dan ketidaksempurnaan pada artikel ini kami mohon masukannya, kritikan yang mengarah pada perbaikan yang lebih baik lagi.

DAFTAR REFERENSI

- Anshary. (2014). Strategi pemasaran dalam peningkatan kepuasan pelanggan. Andi.
- Aprizal, H. (2011). Efektifitas segmentasi pasar terhadap peningkatan volume penjualan pada PT. Semen Tonasa di Pangkep. Jurnal.
- Assauri, S. (2015). Manajemen pemasaran produksi dan operasi. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI.
- Daryanto. (2011). Manajemen pemasaran: Sari kuliah. Bandung: Satu Nusa.
- Fanggidae, A. H. J. (2012). Strategi pemasaran pariwisata: Segmentation, target market, positioning, dan marketing mix. Fisip Universitas Nusa Cendana Kupang.
- Jafar, M. (2012). Analisis pengaruh segmentasi pasar terhadap peningkatan penjualan pipa pada PT Rajawali Jaya Sakti di Makassar. Jurnal, Fakultas Ekonomi UNHAS.
- Kasali, R. (2011). Membidik pasar Indonesia: Segmentasi, targeting, dan positioning. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Khalid, I., & Amdriyani, W. (2014). Pengaruh strategi pemasaran terhadap penjualan batubara pada PT. Cahaya Mantingan Nusantara. Jurnal, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Cirebon.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Manajemen pemasaran (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2014). Manajemen pemasaran, analisis perencanaan, implementasi, dan kontrol (Edisi 9). Jakarta: PT Prenhallindo.

Mutmainna, J. (2012). Analisis pengaruh segmentasi pasar terhadap peningkatan penjualan pipa pada PT Rajawali Jaya Sakti di Makassar. Jurnal, Fakultas Ekonomi UNHAS.

Nitisemito, A. S. (2013). Marketing. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Rangkuti, F. (2015). Analisis SWOT. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Swastha, B., & Irawan. (2015). Manajemen pemasaran. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2014). Pemasaran strategik. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Zain, U. (2013). Pemasaran jasa dan konsep implementasi (Cetakan Pertama). Jakarta: Remaja Rosdakarya.

(n.d.). Peningkatan penjualan pipa pada PT Rajawali Jaya Sakti di Makassar. Jurnal, Fakultas Ekonomi UNHAS.

(n.d.). Volume penjualan pada PT. Semen Tonasa di Pangkep. Jurnal.