

## Marketing Strategy in Developing Beauty and Fashion Products Through Social Media in the New Normal Era (Case Study of Bengkulu Rj Decline Gallery)

### Strategi Pemasaran Dalam Mengembangkan Produk Kecantikan Dan Fashion Melalui Media Sosial Pada Era New Normal (Studi Kasus Galery Rj Penurunan Bengkulu)

Rian Nespia<sup>1)</sup>; Taufik Bustami<sup>2)</sup>;

<sup>2)</sup>Study Program of Accountancy Faculty of Economic, Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Email: <sup>1)</sup> [riannespia1708@gmail.com](mailto:riannespia1708@gmail.com)

#### How to Cite :

Rian Nespia., Bustami, T., (2023). Strategi Pemasaran Dalam Mengembangkan Produk Kecantikan Dan Fashion Melalui Media Sosial Pada Era New Normal (Studi Kasus Galery Rj Penurunan Bengkulu). JURNAL EMBA REVIEW, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emba.v3i1>

#### ARTICLE HISTORY

Received [18 Mei 2023]

Revised [07 Juni 2023]

Accepted [11 Juni 2023]

#### KEYWORDS

RJ Gallery; Marketing strategy..

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



#### ABSTRAK

Latar Belakang : Galery RJ merupakan salah satu industri kecil menengah yang bergerak dibidang manufaktur yang menjual produk kecantikan dan fashion, diantaranya adalah make up, lipstick, kemeja, celana dan accessories. Pada praktik usahanya, pengusaha mengalami permasalahan di bidang penjualan yaitu adanya berbagai pesaing yang telah lebih dulu ada dan sudah memiliki branding name yang telah dikenal di masyarakat luas. Untuk mengembangkan usahanya, Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu menggunakan analisis Strengths, Weakness, Opportunities, Threats (SWOT), dimana analisis ini dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada serta meminimalisir kelemahan dan ancaman yang dimiliki suatu usaha dan juga menggunakan strategi pemasaran marketing mix atau lebih dikenal dengan sebutan 4P, yaitu product (produk), price (harga), place (tempat atau saluran distribusi), dan promotion (promosi). Metode Penelitian : Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk menganalisis keadaan secara objektif mengenai strategi yang dilakukan Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu dalam mengembangkan produknya. Informan penelitian ini adalah pemilik usaha Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu dan karyawannya, disertai pengamatan langsung kelapangan. Hasil Penelitian : Berdasarkan hasil analisis SWOT strategi pemasaran Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu yang bisa dilihat pada tabel 4.2 di atas, kondisi internal mempunyai total kekuatan dengan jumlah skor 12 dimana menunjukkan kekuatan lebih besar daripada kelemahan dengan total skor 0. Sedangkan eksternalnya mempunyai total peluang dengan jumlah skor 7 dimana peluang lebih besar ketimbang ancaman yang memiliki total skor 4. Hal tersebut menandakan Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu memiliki kondisi internal dan peluang dari eksternal yang kuat. Kesimpulan : Strategi pemasaran Gallery RJ Kota Penurunan Bengkulu dalam mengembangkan usahanya sudah memiliki kondisi internal yang bagus dan peluang dari eksternal yang kuat.

#### ABSTRACT

Background : RJ Gallery is a small and medium industry engaged in manufacturing that sells beauty and fashion products, including make up, lipstick, shirts, pants and accessories. In his business practices, entrepreneurs experience problems in the field of sales, namely the existence of various competitors who have already existed and

*already have a branding name that is well known in the wider community. To develop its business, the RJ Bengkulu City Decline Gallery uses Strengths, Weakness, Opportunities, Threats (SWOT) analysis, where this analysis can maximize existing strengths and opportunities and minimize weaknesses and threats that a business has and also use a marketing mix strategy or more known as the 4P, namely product (product), price (price), place (place or distribution channel), and promotion (promotion).*

*Research Methods : This type of research is descriptive with a qualitative approach to analyze the situation objectively regarding the strategy undertaken by Gallery RJ Decline in Bengkulu City in developing its products. The informants of this research are the business owners of the Bengkulu City RJ Gallery and their employees, accompanied by direct observations of the spaciousness. Research Results : Based on the results of the SWOT analysis of Gallery RJ's marketing strategy, the decline in the City of Bengkulu, which can be seen in table 4.2 above, the internal conditions have a total strength with a total score of 12 which shows strengths are greater than weaknesses with a total score of 0. While the external has total opportunities with a total score of 7 where the opportunity is greater than the threat which has a total score of 4. This indicates that Gallery RJ Decline in Bengkulu City has strong internal conditions and external opportunities. Conclusion : The marketing strategy of RJ Gallery, Bengkulu City, in developing its business already has good internal conditions and strong external opportunities.*

## PENDAHULUAN

New normal menurut Pemerintah Indonesia adalah tatanan baru untuk beradaptasi dengan COVID-19. Menurut Achmad Yurianto juru bicara Pemerintahan untuk penanganan COVID-19, new normal adalah tatanan, kebiasaan dan perilaku yang baru berbasis pada adaptasi untuk membudayakan perilaku hidup bersih dan sehat. Menurut Ketua Tim Pakar Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Wiku Adisasmita, new normal adalah perubahan perilaku untuk tetap menjalankan aktivitas normal namun dengan ditambah menerapkan protokol kesehatan guna mencegah terjadinya penularan Covid-19.

Merujuk aturan atau kebijakan yang sudah dikeluarkan pemerintah, Peraturan Presiden (PP) Nomor 21 Tahun 2020 tentang PSBB, Permenkes Nomor 9 Tahun 2020 tentang Pedoman PSBB, dan Permenhub Nomor 18 Tahun 2020 tentang Pengendalian Transportasi dalam Rangka Pencegahan Penyebaran COVID-19 yang menjadi pedoman bagi para pengelola bandara maupun maskapai penerbangan, Surat Edaran (SE) Dirjen Perhubungan Udara Nomor 10 tahun 2020 tentang Pencegahan COVID-19 dalam penerbangan untuk mencegah terjadinya penularan dan penyebaran dengan tetap mempertimbangkan landasan logis, efektifitas dan kemudahan pelaksanaannya di lapangan. Rekomendasi dari Organisasi Penerbangan Sipil Internasional (ICAO) aturan Collaborative Arrangement For Prevention and Management of Public Health Event in Civil Aviation yang berpedoman pada Organisasi Kesehatan Dunia (WHO).

Berkembangnya teknologi informasi dan telekomunikasi akan memudahkan para pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya. Salah satu teknologi informasi dan telekomunikasi yang mendukung kebutuhan tersebut adalah internet. Saat ini perkembangan internet terjadi sangat cepat, melihat dari berbagai data perkembangan internet di Indonesia, dapat disimpulkan bahwa pasar online di Indonesia juga mulai berkembang pesat dari tahun ke tahun. Hal ini adalah sebuah kesempatan yang bagus untuk para pelaku bisnis yang ingin melakukan penetrasi ke pasar online.

Pelayanan dalam penjualan produk secara online sangat diperlukan karena adanya hubungan tidak langsung antara pembeli dan penjual. Kualitas pelayanan dalam penjualan produk online meliputi kejujuran, kecepatan menanggapi pertanyaan pelanggan, pemberian jaminan/garansi, proses pengiriman, kerapian kemasan dan pelayanan lainnya yang mendukung dalam mendapatkan kepercayaan pelanggan. Kesulitan dalam melakukan transaksi menjadi salah satu kendala pelanggan melakukan pembelian produk secara online dan memilih situs online yang benar.

Strategi pemasaran merupakan salah satu cara dalam mengenalkan produk kepada pelanggan. Menurut (Chandra dalam Islamic, 2017), strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran diantaranya dalam hal mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi khusus, dan menentukan pilihan saluran.

Untuk mewujudkan hal tersebut wirausahawan harus mampu untuk mengetahui situasi eksternal dan internal yang ada di lingkungannya, sehingga nantinya keberlangsungan perusahaan bisa tetap dalam kondisi yang baik. Perubahan kondisi lingkungan tersebut salah satunya ditandai oleh naik turunnya penjualan produk atau jasa yang disebabkan oleh gejala faktor eksternal (demografi, keadaan perekonomian, selera konsumen dan persaingan) serta faktor internal (distribusi, keterbatasan penyedia sumber daya, teknologi dan motivasi manajemen). Banyak perusahaan yang menata ulang strategi persaingannya dengan melakukan kajian terhadap strategi perusahaan. Perusahaan melakukan evaluasi terhadap kebutuhan pasar, perbandingan dengan usaha sejenis yang memiliki kinerja terbaik dan juga yang tidak kalah penting adalah melakukan evaluasi yang intens terhadap kompetensi adalah melakukan evaluasi yang intens terhadap kompetensi internal maupun eksternal perusahaan itu sendiri.

Salah satu strategi yang ada dalam pemasaran adalah strategi bauran pemasaran atau disebut sebagai marketing mix yang memiliki peranan penting dalam mempengaruhi konsumen agar dapat membeli suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. (Marlius, 2016) bauran pemasaran (marketing mix) merupakan alat bagi pemasaran yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu di pertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan positioning yang diterapkan dapat berjalan sukses. Dalam bauran pemasaran produk terdapat seperangkat alat pemasaran yang dikenal dalam istilah 4P yaitu product (produk), price (harga), place (tempat atau saluran distribusi), dan promotion (promosi). Harga yang kompetitif akan mempengaruhi pembelian produk yang dipasarkan, kemudian promosi merupakan layanan yang diberikan perusahaan kepada pembeli atas produk yang dijual.

Galery RJ merupakan salah satu industri kecil menengah yang bergerak dibidang manufaktur yang menjual produk kecantikan dan fashion, diantaranya adalah make up, lipstick, kemeja, celana dan accessories. Pada praktik usahanya, pengusaha mengalami permasalahan di bidang penjualan yaitu adanya berbagai pesaing yang telah lebih dulu ada dan sudah memiliki branding name yang telah dikenal di masyarakat luas. Sehingga menyebabkan terjadinya penurunan penjualannya.

## LANDASAN TEORI

### Strategi Pemasaran

Dalam perkembangan suatu usaha seorang pemimpin dan tenaga pemasar sangat menekankan pentingnya peranan strategi pemasaran dalam suatu perusahaan. Selain merincikan strategi dalam setiap rencananya, mereka mengadakan penalaran yang lebih dalam menetapkan strategi pemasaran yang akan dijalankan, suatu perusahaan harus melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai kedudukan atau posisi perusahaan di pasar. Tujuan perusahaan untuk hidup dan berkembang hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba perusahaan. Melalui usaha mencari dan membina lapangan serta usaha menguasai pasar perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualannya.

Tujuan tersebut dapat dicapai apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi yang mantap untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat dipertahankan dan sekaligus ditingkatkan. Dengan demikian, strategi pemasaran harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran.

## Sosial Media

Media sosial merupakan salah satu media instan yang saat ini memang memiliki berbagai fungsi dalam perannya. Selain berfungsi sebagai alat untuk berkomunikasi, media massa juga menjadi sarana untuk penggunaannya dalam menggali berbagai informasi. Definisi media sosial tidak serta merta merupakan gagasan yang tidak berdasar yang dikemukakan oleh para ahli tersebut. media sosial memiliki peran dan dampak bagi kehidupan masyarakat yang harus didesain sedemikian rupa agar media sosial tetap pada fungsi dan tujuan media sosial itu sendiri dan memiliki manfaat dalam kehidupan setiap individu.

Seperti yang dikemukakan oleh (Henderi dkk, 2007), bahwa pengertian media sosial adalah situs jaringan sosial berbasis web yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun profil publik ataupun semi public dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat serta menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem.

## Online Shop Di Media Sosial

Dalam dunia bisnis pemasaran merupakan hal yang sangat penting, karena dengan pemasaran inilah produk yang dihasilkan akan diketahui oleh pelanggan. Dalam pemasarannya biasanya online shopper memanfaatkan beberapa layanan dan aplikasi yang tersedia dalam komputer ataupun smartphone yang mereka miliki.

## Galery RJ Penurunan Bengkulu

Galery RJ Penurunan Bengkulu menyediakan lebih dari ratusan pilihan produk dengan harga terbaik dari segala kebutuhan, mulai dari kecantikan, fashion wanita, dan lainnya. Guna memberikan kenyamanan yang baik Galery RJ Penurunan Bengkulu menyediakan fasilitas yang sangat memadai. Begitu juga dengan online shop yang dilakukan oleh Galery RJ Penurunan Bengkulu ini memberikan fasilitas pelayanan yang terbaik untuk mendukung berbelanja online berbasis Media Sosial dengan aman dan terpercaya yang didukung oleh tim berpengalaman dalam bidang online dan juga menyediakan berbagai kemudahan untuk bertransaksi seperti transfer antar bank, dana, ovo, dan aplikasi transfer lainnya. Galery RJ Penurunan Kota Bengkulu mungkin masih belum setenar pesaingnya, ada satu hal yang menarik yaitu dapat barang-barang thrift premium dengan harga yang tergolong murah. Namun kekurangan toko online ini adalah produknya yang kurang begitu lengkap, mungkin karena iklan yang dilakukan masih belum sekeras Lazada atau market shop yang sudah besar lainnya, sehingga banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang Galery RJ Penurunan Bengkulu ini.

## Era New Normal

Pada saat ini, tahun 2022 ini isu Covid-19 marak kembali setelah bisa dikatakan Indonesia pulih sebentar dari Virus Covid-19. Oleh karena itu era new normal kembali di tetapkan guna menjaga kesehatan masyarakat. New normal itu sendiri merupakan perubahan perilaku untuk tetap menjalankan aktivitas normal namun dengan ditambah menerapkan protokol kesehatan guna mencegah terjadinya penularan Covid-19. New normal adalah langkah percepatan penanganan Covid-19 dalam bidang kesehatan, sosial, dan ekonomi. Skenario new normal dijalankan dengan mempertimbangkan kesiapan daerah dan hasil riset epidemiologis di wilayah terkait. Prinsip utama dari new normal itu sendiri adalah dapat menyesuaikan dengan pola hidup.

Menurut (Wijoyo, 2021), new normal secara sosial adalah sesuatu bentuk new normal atau adaptasi dengan beraktivitas, dan bekerja, dan tentunya harus mengurangi kontak fisik dengan orang lain, dan menghindari kerumunan. Di era new normal saat ini, banyak Negara yang kesulitan dalam mempertahankan perekonomiannya, diakibatkan oleh virus covid 19 yang terus menyebar diseluruh dunia. Salah satu Negara yang kini masih terus memulihkan perekonomian masyarakatnya adalah Indonesia. Indonesia terus mencoba untuk mempertahankan perekonomiannya agar tidak terlalu jatuh, tetapi pada kenyataannya hal tersebut tidak dapat

bertahan lama. Hal tersebut dapat dilihat dari instrument terkecil yang sekarang terus menjadi pusat perhatian pemerintah, yaitu pengusaha atau UMKM. Meskipun UMKM merupakan instrument kecil dalam pengembangan atau mempertahankan perekonomian, tetapi instrument tersebut memiliki dampak yang sangat kuat untuk mempertahankan perekonomian. Untuk itu Galery RJ Penurunan Bengkulu memutar haluan penjualannya dengan cara online berbasis media social.

## METODE PENELITIAN

### Metode Analisis

Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Menurut (Suharismi Arikunto, 2013), metode deskriptif merupakan metode yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan. Sedangkan untuk analisis penelitian ini akan menggunakan analisis pendekatan kualitatif, yaitu merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Analisis Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran merupakan rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan.

Dalam rangka menentukan arah dan tujuan usaha, maka perlu diadakan perumusan strategi dan penetapan tujuan usaha. Strategi merupakan rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan usaha, setelah dilakukan tujuan perumusan dan strategi, maka perlu juga penetapan langkah-langkah pelaksanaan strategi yang disebut taktik.. Strategi memberikan arah yang jelas bagi tercapainya tujuan untuk meningkatkan penjualan akhirnya akan memaksimalkan keuntungan.

Untuk melaksanakan analisis kondisi tersebut, maka dapat dilakukan dengan analisis SWOT yaitu Kekuatan (Strengths), Kelemahan (Weaknesses), Peluang (Opportunities) dan Ancaman (Threats). Analisis ini digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang merupakan faktor internal dan mengetahui peluang dan ancaman merupakan faktor eksternal yang akan mempengaruhi usaha.

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan oleh peneliti pada usaha Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu diperoleh informasi sebagai berikut :

#### Kekuatan (Strengths)

Kekuatan merupakan variabel internal sehingga usaha Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu memiliki keunggulan tertentu dari usaha lain yang bergerak dibidang yang sama, diantara kekuatan yang dimiliki Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu adalah sebagai berikut :

Jenis produk yang ditawarkan beragam

Dalam upaya untuk memenuhi permintaan konsumen, maka Gallery RJ berusaha menyediakan berbagai produk seperti :

- a. Harga yang ditawarkan terjangkau atau ekonomis
- b. Harga yang ditawarkan sangat terjangkau sehingga memberatkan konsumen dalam menjalin kerjasama dalam mempromosikan usahanya.
- c. Saluran distribusi usaha strategis
- d. Gallery RJ terletak di Penurunan, Kota Bengkulu yang merupakan bagian dari pusat Kota Bengkulu dan mudah untuk ditemukan.
- e. Produk berkualitas menarik konsumen



- f. Produk Galley RJ berbahan lembut sehingga nyaman untuk dipakai.
- g. Promosi melalui media sosial
- h. Promosi yang dilakukan Gallery RJ tentunya tidak ketinggalan dengan usaha lainnya, yaitu dengan memasarkan produknya secara online melalui media sosial.
- i. Pelayanan memuaskan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan melalui wawancara dengan konsumen dan wawancara dengan pemilik Gallery RJ serta pengamatan yang dilakukan, pelayanan yang diberikan oleh Gallery RJ sangat baik dan memuaskan.

### **Kelemahan (Weaknesses)**

Kelemahan yang dimiliki Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu adalah sebagai berikut :

- a. Model kurang mengikuti trend pasar  
Model yang dimiliki oleh Gallery RJ kurang mengikuti trend sehingga konsumen kurang tertarik untuk membeli produknya.
- b. Promosi yang dilakukan masih kurang  
Promosi yang dilakukan kurang maksimal dibidang sosial media, seperti live streaming dan belum masuk di e-market ternama.
- c. Modal yang ditanamkan cukup tinggi  
Gallery RJ mengambil barang dengan harga yang cukup tinggi sehingga mengakibatkan sewaktu-waktu harga produk bisa berubah.

### **Peluang (Opportunities)**

Peluang merupakan variabel eksternal, berikut peluang yang ada pada Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu :

- a. Hubungan baik dengan konsumen  
Hubungan yang baik dengan konsumen dapat menambah kepercayaan konsumen terhadap usaha yang dimiliki.
- b. Permintaan pasar tinggi  
Banyaknya pesanan dari konsumen membuat tingginya permintaan pasar dan meningkatnya jumlah pesanan.
- c. Harga yang ditawarkan terjangkau  
Harga yang ditawarkan terjangkau sehingga konsumen tidak keberatan membelinya.
- d. Produk yang ditawarkan terasa nyaman  
Produk yang ditawarkan terasa nyaman saat dipakai sehingga konsumen tertarik untuk membeli.
- e. Jumlah penduduk yang terus mengalami peningkatan  
Dengan pertambahan penduduk yang meningkat membuat konsumen mengalami peningkatan pula.

### **Ancaman (Threats)**

Ancaman juga merupakan variabel dari luar (eksternal), diantara ancaman tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Tingkat persaingan pada jenis usaha yang sama semakin banyak  
Munculnya pesaing baru akan mengakibatkan ancaman bagi Gallery RJ yang mana usaha ini harus tetap mempertahankan konsumennya ditengah gempuran usaha lainnya.
- b. Adanya isu yang tidak baik terhadap produk  
Adanya isu yang kurang baik mengenai usaha Gallery RJ membuat kepercayaan konsumen berkurang.
- c. Kurangnya kepercayaan masyarakat  
Mulai berkurangnya kepercayaan masyarakat menjadi ancaman besar karena hal ini dapat mengurangi jumlah konsumen.

Setelah melakukan analisis, maka dapat diketahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu. Dengan diketahuinya kondisi-kondisi tersebut, maka dapat dilakukan perubahan strategi baru dalam rangka pengembangan produk.

Strategi pemasaran yang ditetapkan tidak terlepas pada bauran pemasaran (marketing mix) atau lebih dikenal dengan sebutan 4P (Produk, Harga, Distribusi dan Promosi). Strategi pemasaran yang efektif memerlukan suatu pengetahuan tentang kondisi pasar secara keseluruhan, konsumen dan permintaan produk. Variabel-variabel marketing mix sebagai strategi pemasaran yang harus dipertimbangkan adalah sebagai berikut :

### **Produk (Product)**

Produk adalah apa saja yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.

Strategi pemasaran dalam hal ini khususnya membahas masalah produk. Suatu perusahaan didirikan dan dikelola untuk menghasilkan produk baik berupa barang maupun jasa. Karena produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli dan digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan.

#### **a. Kekuatan (strenght)**

Produk tersebut memiliki jenis produk yang dapat ditawarkan seperti baju atasan, alis mata, make up, lipstik dan lipbalm yang berkualitas untuk menarik minat beli konsumen.

#### **b. Kelemahan (weaknesses)**

Kelemahan dari produk Gallery RJ adalah model yang kurang mengikuti pasar sehingga konsumen merasa kurang tertarik untuk membeli.

#### **c. Peluang (opportunities)**

Produk yang ditawarkan bertekstur lembut saat digunakan yang bertujuan agar konsumen merasa nyaman saat memakainya. Tidak hanya itu, jumlah penduduk yang terus meningkat merupakan suatu peluang bagi Gallery RJ untuk meningkatkan konsumennya.

#### **d. Ancaman (threats)**

Ancaman bagi Gallery RJ adalah masuknya usaha baru dengan produk yang sejenis, hal itu akan membuat konsumen berpaling dengan usaha Gallery RJ.

### **Harga (Price)**

Harga didefinisikan sebagai jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh suatu barang atau sejumlah kombinasi barang, sehingga seorang manajer harus menentukan strategi yang menyangkut harga karena dalam bauran pemasaran harga merupakan satu-satunya komponen yang dapat menghasilkan keuntungan atau pendapatan.

Gallery RJ menetapkan harga jual dengan mempertimbangkan sasaran penjualan. Kebijakan penetapan harga diidentifikasi dan diperhitungkan mengenai jumlah biaya dan keuntungan atau laba yang dianggap wajar, serta melihat tingkat harga dari pesaing.

#### **a. Kekuatan (Strenght)**

Memiliki harga yang terjangkau atau ekonomis untuk penjualan kerupuknya sangat terjangkau atau ekonomis sehingga tidak memberatkan konsumen dalam menjalin kerjasama dalam usaha mempromosikan produk.

#### **b. Kelemahan (Weaknesses)**

Modal yang cukup tinggi sehingga menyebabkan harga produk sewaktu-waktu bisa berubah.

#### **c. Peluang (Opportunities)**

Harga yang ditawarkan terjangkau atau ekonomis sehingga konsumen tidak keberatan membelinya.

#### **d. Ancaman (Threats)**

Modal yang meningkat dapat berpengaruh terhadap harga produk.

### Distribusi (Place)

Tempat adalah usaha untuk menjamin tersedianya barang dan jasa yang mudah dibeli oleh konsumen dimanapun mereka berada dan merupakan salah satu tujuan dari kebijakan pemasaran yang harus dilakukan melalui satu sistem disebut saluran distribusi.

a. Kekuatan (Strenght)

Tempat usaha strategis Gallery RJ terletak di Penurunan, Kota Bengkulu yang mana tempat usaha ini berada di kawasan pusat kota dan mudah untuk ditemukan.

b. Kelemahan (Weaknesses)

Lokasi atau tempat usaha ini termasuk salah satu tempat usaha yang terdapat banyak pesaing dengan jenis usaha yang sama.

c. Peluang (Opportunities)

Permintaan pasar tinggi sehingga membuat tingginya jumlah pesanan.

d. Ancaman (Threats)

Sama seperti kelemahan di atas, ancaman dari tempat usaha ini adalah terdapat banyak pesaing dengan jenis usaha yang sama.

### Promosi (Promotion)

Promosi merupakan unsur yang menggunakan untuk memberitahukan dan membujuk konsumen tentang produk baru yang ada dalam perusahaan. Promosi juga merupakan salah satu variabel marketing mix yang digunakan untuk mengkomunikasikan produk baik pada konsumen maupun calon konsumen. Dapat diketahui bahwa tujuan mengadakan promosi adalah untuk memberitahukan atau mengingatkan dan menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Ada beberapa kegiatan yang terdapat dalam promosi ini adalah melalui media sosial, promosi penjualan.

a. Kekuatan (Strenghts)

Promosi yang dilakukan Gallery RJ sudah menggunakan media sosial yaitu melalui Instagram, Facebook ataupun Whatsapp untuk meningkatkan konsumen dan penjualan produknya.

b. Kelemahan (Weaknesses)

Promosi yang dilakukan Gallery RJ masih kurang, yaitu belum memasuki promosi melalui e-marketing ternama seperti Shopee, lazada dan sejenisnya.

c. Peluang (Opportunities)

Hubungan baik dengan konsumen yang bertujuan agar konsumen bisa mempromosikan produk dengan teman-teman dan keluarganya.

d. Ancaman (Threats)

Banyaknya promosi lewat media sosial dan media cetak.

Berdasarkan dengan analisis SWOT yang menjelaskan tentang faktor internal dan eksternal berada dalam sel (kuadran I) yang menunjukkan strategi SO dalam matriks SWOT yaitu mendukung strategy agresif karena strategi ini memiliki peluang dan kekuatan dalam kemajuan Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu.

Adapun strategi yang harus dilakukan oleh Gallery RJ Penurunan kota Benkulu ini adalah sebagai berikut :

1. Selalu menjaga kualitas produk dengan cara selalu berinovasi terhadap model.
2. Harga yang ditawarkan kepada konsumen dengan tarif yang ekonomis bertujuan untuk menjalin kerja sama dalam usaha dengan jangka panjang.
3. Memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada konsumen agar konsumen tertarik untuk berlangganan.

Berdasarkan diagram hasil analisis SWOT diketahui bahwa titik berada pada sel (kuadran I) yang menunjukkan bahwa usaha Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu memiliki peluang dan kekuatan yang sangat besar sehingga dapat memanfaatkan peluang usaha yang ada dengan cara :

1. Menawarkan produk kepada konsumen dengan kualitas terbaik.



2. Berhubungan baik dengan konsumen dalam memasarkan produk atau promosi dengan menggunakan media.
3. Perluas wilayah pemasaran agar Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu lebih terkenal lagi, bukan hanya di dalam Kota Bengkulu akan tetapi juga di luar Kota Bengkulu sehingga dapat meningkatkan jumlah penjualan.

## **Pembahasan**

Dilihat dari analisis strategi pemasaran yang dilakukan pada Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu menggunakan analisis SWOT, maka dapat diperoleh informasi sebagai berikut :

### **Kekuatan**

Kekuatan yang ada pada usaha Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu yaitu :

- a. Jenis produk yang ditawarkannya beragam, dimulai dari baju atasan, gamis, celana, rok, jilbab, jam, gelang, tas dan sepatu.
- b. Harga yang ditawarkan terjangkau atau ekonomis
- c. Saluran distribusi usaha strategis
- d. Produk berkualitas menarik konsumen
- e. Promosi melalui media sosial
- f. Pelayanan memuaskan

### **Kelemahan**

Kelemahan yang dimiliki Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu adalah sebagai berikut :

- a. Model kurang mengikuti trend pasar
- b. Promosi yang dilakukan masih kurang
- c. Modal yang ditanamkan cukup tinggi

### **Peluang**

Peluang merupakan variabel eksternal, berikut peluang yang ada pada Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu :

- a. Hubungan baik dengan konsumen
- b. Permintaan pasar tinggi
- c. Harga yang ditawarkan terjangkau
- d. Produk yang ditawarkan terasa nyaman
- e. Jumlah penduduk yang terus mengalami peningkatan

### **Ancaman**

Ancaman juga merupakan variabel dari luar (eksternal), diantara ancaman tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Tingkat persaingan pada jenis usaha yang sama semakin banyak
- b. Adanya isu yang tidak baik terhadap produk
- c. Kurangnya kepercayaan masyarakat

Setelah melakukan analisis strategi pemasaran yang dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu, maka dapat dilakukan perubahan strategi baru dalam rangka pengembangan produk yaitu bauran pemasaran (marketing mix) atau lebih dikenal dengan sebutan 4P (Produk, Harga, Distribusi dan Promosi) yang akan dibahas sebagai berikut :

### **Produk**

Dalam strategi untuk mengembangkan usahanya, Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu menganalisis produknya sebelum ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian.

- a. Kekuatan (strengths)  
Produk tersebut memiliki jenis produk yang dapat ditawarkan seperti baju atasan, celana, jam, tas dan sepatu yang berkualitas untuk menarik minat beli konsumen.
- b. Kelemahan (weaknesses)  
Kelemahan dari produk Gallery RJ adalah model yang kurang mengikuti pasar sehingga konsumen merasa kurang tertarik untuk membeli.

- c. Peluang (opportunities)  
Produk yang ditawarkan bertekstur lembut saat digunakan yang bertujuan agar konsumen merasa nyaman saat memakainya. Tidak hanya itu, jumlah penduduk yang terus meningkat merupakan suatu peluang bagi Gallery RJ untuk meningkatkan konsumennya.
- d. Ancaman (threats)  
Ancaman bagi Gallery RJ adalah masuknya usaha baru dengan produk yang sejenis, hal itu akan membuat konsumen berpaling dengan usaha Gallery RJ.

### Harga

Dalam strategi untuk mengembangkan usahanya, Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu menganalisis harga produknya sebelum ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian.

- a. Kekuatan (Strength)  
Memiliki harga yang terjangkau atau ekonomis untuk penjualan kerupuknya sangat terjangkau atau ekonomis sehingga tidak memberatkan konsumen dalam menjalin kerjasama dalam usaha mempromosikan produk.
- b. Kelemahan (Weaknesses)  
Modal yang cukup tinggi sehingga menyebabkan harga produk sewaktu-waktu bisa berubah.
- c. Peluang (Opportunities)  
Harga yang ditawarkan terjangkau atau ekonomis sehingga konsumen tidak keberatan membelinya.
- d. Ancaman (Threats)  
Modal yang meningkat dapat berpengaruh terhadap harga produk.

### Distribusi

Dalam strategi untuk mengembangkan usahanya, Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu menganalisis tempat usahanya agar bisa bersaing dengan usaha lain.

- a. Kekuatan (Strength)  
Tempat usaha strategis Gallery RJ terletak di Penurunan, Kota Bengkulu yang mana tempat usaha ini berada di kawasan pusat kota dan mudah untuk ditemukan.
- b. Kelemahan (Weaknesses)  
Lokasi atau tempat usaha ini termasuk salah satu tempat usaha yang terdapat banyak pesaing dengan jenis usaha yang sama.
- c. Peluang (Opportunities)  
Permintaan pasar tinggi sehingga membuat tingginya jumlah pesanan.
- d. Ancaman (Threats)  
Sama seperti kelemahan di atas, ancaman dari tempat usaha ini adalah terdapat banyak pesaing dengan jenis usaha yang sama.

### Promosi

Dalam strategi untuk mengembangkan usahanya, Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu menganalisis promosi usahanya agar bisa menarik minat konsumen.

- a. Kekuatan (Strengths)  
Promosi yang dilakukan Gallery RJ sudah menggunakan media sosial yaitu melalui Instagram, Facebook ataupun Whatsapp untuk meningkatkan konsumen dan penjualan produknya.
- b. Kelemahan (Weaknesses)  
Promosi yang dilakukan Gallery RJ masih kurang, yaitu belum memasuki promosi melalui e-marketing ternama seperti Shopee, lazada dan sejenisnya.
- c. Peluang (Opportunities)  
Hubungan baik dengan konsumen yang bertujuan agar konsumen bisa mempromosikan produk dengan teman-teman dan keluarganya.
- d. Ancaman (Threats)

Dari hasil analisis SWOT di atas kita dapat mengetahui posisi usaha Gallery RJ dengan menggunakan diagram analisis SWOT pada gambar 4.3 yang menjelaskan tentang faktor internal dan eksternal berada dalam sel (kuadran I) yang menunjukkan strategi SO dalam matriks SWOT yaitu mendukung strategy agresif karena strategi ini memiliki peluang dan kekuatan dalam kemajuan Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu. Diketahui bahwa titik berada pada sel (kuadran I) yang menunjukkan bahwa usaha Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu memiliki peluang dan kekuatan yang sangat besar sehingga dapat memanfaatkan peluang usaha yang ada dengan cara :

- a. Menawarkan produk kepada konsumen dengan kualitas terbaik.
- b. Berhubungan baik dengan konsumen dalam memasarkan produk atau promosi dengan menggunakan media.
- c. Memperluas wilayah pemasaran agar Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu lebih terkenal lagi, bukan hanya di dalam Kota Bengkulu akan tetapi juga di luar Kota Bengkulu sehingga dapat meningkatkan jumlah penjualan.

Berdasarkan dari faktor analisis strategi internal (IFAS) pada tabel 4.3 dan faktor analisis strategi eksternal (EFAS) pada tabel 4.4 diatas, maka kekuatan dari usaha Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu mendapat jumlah bobot sebesar 6,7 dan skor sebesar 32,88 Untuk kelemahan jumlah bobot sebesar 1,97 dan skore sebesar 6,38, hal itu berarti tingkat jumlah bobot dari kekuatan dari Gallery RJ lebih besar daripada kelemahannya. Untuk peluang yang dimiliki usaha Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu mendapat jumlah bobot sebesar 4,1 dan skor sebesar 15,9. Untuk ancaman jumlah bobot sebesar 2,75 dan skore sebesar 23,9, hal itu berarti tingkat peluang dari Gallery RJ lebih kecil daripada tingkat ancamannya

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

#### 1. Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Strategi pemasaran Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu dalam upaya pengembangan produk adalah jenis produk yang ditawarkan beragam dan produk berkualitas. Dari harga dengan memberikan harga yang terjangkau atau ekonomis, potongan harga serta bonus kepada konsumen. Dari distribusi strategi pemasaran Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu adalah dengan tempat usaha yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen. Dari promosi strategi pemasaran Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu adalah media sosial.

#### 2. Analisis SWOT

- Kekuatan (Strength)
- Kekuatan produk yang ditawarkan, harga yang terjangkau atau ekonomis, distribusi mudah dijangkau. dan promosi media sosial.
- Kelemahan (Weaknesses)
- Kelemahan Model kurang mengikuti trend pasar, bahan baku tidak stabil, kurangnya promosi melalui media cetak dan medis elektronik distribusi kurang strategis.
- Peluang (Opportunities)
- Hubungan baik dengan konsumen, kerupuk yang ditawarkan bertekstur renyah dan enak, harga yang ditawarkan terjangkau atau ekonomis, distribusi permintaan pasar banyak di Kota Bengkulu dan promosi melalui media cetak yang perlu dilakukan.

#### 3. Ancaman (Threats)

Tingkat persaingan Gallery RJ Penurunan Kota Bengkulu dan modal yang meningkat, banyak pesaing di Kota Bengkulu dengan usaha sejenis.

### Saran

1. Sebaiknya Usaha Meubel Pratama Panorama Kota Bengkulu memasukkan beberapa akun yang baru diperhitungkan dalam pencatatan laporannya.
2. Sebaiknya mencatat atau membuat laporan catatan atas laporan keuangan dalam usahanya sesuai yang ada dalam SAK EMKM 2018 Catatan atas laporan keuangan yang menyajikan

informasi mengenai tambahan dan rician akun tertentu yang menjelaskan transaksi penting sehingga bermanfaat bagi pengguna untuk memahami laporan keuangan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha Dharmmesta dan T. Hani Handoko. (2013). Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen, Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Benito Adityo. (2011). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengaraian.
- Burhan Bungin. (2017). New Media Sebagai Strategi Komunikasi Online Pariwisata Untuk Mempromosikan Potensi Lokal Desa Wisata Sudaji. Jurnal Ilmiah Pariwisata Budaya Hindu.
- Chandra dalam Islamic. (2017). Pemasaran Strategik Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Corey dalam Tjiptono dan Chandra. (2012). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota di PT. Hadji kalla cabang palopo. Management Development and Applied Research Journal.
- Eddy Soeryanto Soegoto. (2014). Role Of Image In Marketing Performance Model Supported By Marketing Communication And Company Social Responsibility. Jurnal Keuangan dan Perbankan, Vol.20, No.1.
- Freddy. (2013). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Galavan. (2014). Doing Business Strategy. Ireland: NuBooks.
- Henderi dkk. (2007). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. Tirtayasa EKONOMIKA.
- Kotler and Armstrong. (2012). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Pada Indomaret. Jurnal Sains Manajemen Volume 7 No 1.
- Kotler dan Armstrong. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Chang Tea Di Surabaya. AGORA Vol. 6, No. 2.
- Mahmud Machfoedz. (2020). Komunikasi Pemasaran Modern. Yogyakarta.
- Marlius. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah dalam Menabung Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh. Jurmak Vol. 03.
- Phillip Kotler dan Kevin Keller. (2012). Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing Er-Corner Boutique Dalam Membangun Brand Awareness Di Kota Pekanbaru. JOM FISIP Vol. 3 No. 1.
- Puntoadi. (2011). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. Tirtayasa EKONOMIKA Vol. 12, No. 2.
- Rachmawati. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran). Jurnal Kompetensi Teknik, Vol 2, No 2.
- Rais. (2009). Analisis SWOT untuk Menetapkan Strategi Bersaing Pada PT. Tarindo. Economics Development Analysis Journal.
- Rangkuti, F. (2015). Analisis Swot Dalam Penentuan Strategi Pemasaran Untuk Peningkatan Penjualan Mesin Diesel Studi pada Toko Sinar Teknik Kutoarjo.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif,R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif,R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suharismi Arikunto. (2013). Minat Siswa Putra Dalam Mengikuti Ekstrakurikuler Sepak Bola SMP Negeri 5 Parindu Kabupaten Sanggau. Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa.
- Wijoyo. (2021). Social Learning Dalam Pembelajaran Pada Era New Normal. Bina Gogik, Volume 9 No. 1.