

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah mendapatkan data dari lapangan, seluruh data yang telah dikumpulkan oleh penulis selanjutnya akan dikaji dan di bahas oleh penulis melalui pembahasan berikut.

1. Strategi Pemasaran yang ditempuh oleh *Jatimulia art and furniture* agar lebih dikenal dikalangan luas

Strategi Pemasaran adalah tujuan dan sasaran pemasaran perusahaan yang digabungkan menjadi satu rencana yang komprehensif. Eksekutif bisnis akan menarik strategi pemasaran yang sukses dari riset pasar. Aktifitas ini juga berfokus pada bauran produk yang tepat sehingga anda bisa mendapatkan keuntungan yang paling banyak. Pemasaran upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadai lebih tinggi.

Strategi pemasaran mempunyai peran penting dalam sebuah perusahaan atau bisnis karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan, baik itu harga barang maupun jasa.

Dalam hal ini, pemasaran menjadi bagian yang menghubungkan antara kegiatan produksi dan konsumsi. Sedangkan upaya *Jatimulia* agar produknya dikenal dikalangan luas, *Jatimulia* mengenalkan produknya melalui medial sosial. Di era modern seperti sekarang ini sudah tidak asing

lagi dengan yang namanya media sosial. Media sosial adalah alat pemasaran yang paling ampuh karena hampir dari semua orang dari latar belakang yang berbeda, sangat aktif menggunakannya. Untuk mempromosikannya Jatimulia menggunakan media sosial seperti; Facebook, Instagram, Whatsapp adalah salah satu cara memasarkan produk lewat internet. Strategi promosi langsung dapat dilakukan dengan menggunakan teknik pemasaran di media sosial. Dengan media sosial, perusahaan dapat menjalin interaksi secara luas dengan berbagai kalangan, dengan biaya yang murah dan visibilitas atau keterlihatan yang tinggi. Sosial media juga memungkinkan perusahaan untuk memilih komunitas yang sesuai untuk memasarkan produk mereka sehingga apa yang ditawarkan memiliki peluang besar untuk terjual.

Selain dengan media sosial Jatimulia juga mempromosikan produknya lewat mulut ke mulut dari orang ke orang. Dengan cara ini pemasaran berkomunikasi langsung dengan konsumen atau orang-orang disekitar. Setelah konsumen membeli produk dan merasa puas dengan produk tersebut, Konsumen akan memberitahu konsumen lainnya yang berpotensi untuk membeli produk tersebut. Strategi pemasaran sangat dibutuhkan agar produk yang anda jual dapat lebih dikenal luas oleh masarakat dan tentu saja mendapatkan banyak konsumen.

Pemasaran merupakan ujung tombak kegiatan bisnis perusahaan yang melibatkan perencanaan dan menentukan pengembangan. Penetapan harga,

periklanan, barang dan layanan untuk menciptakan transaksi yang dapat memenuhi sasaran individual dan organisasional. Kegiatan bisnis tidak mampu terlaksana atau mencapai tujuannya tanpa penyediaan suatu yang bernilai. Saat ini tuntutan terhadap kelangsungan bisnis adalah ketersediaan bahan produk, harga yang bersaing dan keunikan produk.

Strategi pemasaran merupakan seluruh rangkaian kegiatan yang memastikan bahwa anda memenuhi kebutuhan pelanggan dan mendapatkan hasil dari semua yang telah anda kerjakan tersebut. Oleh karena itu, pemasaran berhubungan dengan periklanan, promosi, hubungan masyarakat, dan penjualan.

Strategi pemasaran adalah wujud rencana yang terarah dibidang pemasaran, untuk memperoleh suatu hasil yang optimal. Strategi pemasaran mengandung dua faktor yang terpisah tetapi berhubungan erat, yakni:

- a. Pasar target atau sasaran, yaitu sekelompok konsumen homogen yang menjadi sasaran perusahaan.⁵⁹
- b. Bauran pemasaran (marketing mix), yaitu variabel-variabel pemasaran yang dapat dikontrol, yang akan dikombinasikan oleh perusahaan untuk memperoleh hasil yang maksimal.

Dalam memasarkan produk, strategi pemasaran yang ditempuh oleh Jatimulya agar dikenal oleh kalangan luas adalah di era digital seperti saat ini pastinya tidak asing dengan yang namanya sosial media (Sosmed). Dan inilah yang dimanfaatkan oleh pemilik dari Jatimulia (Deni Susanto). Untuk

⁵⁹ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Rineka Cipta, Jakarta, 2009), hal. 230

mengenalkan produk-produk miliknya, Deni Susanto menggunakan sosial media seperti; Facebook, Instagram, Whatsapp dll. Dengan begitu produk-produk milik dari Jatimulya ini mudah dikenal atau dilihat dari berbagai kalangan. Dengan sosial mediaupun Deni Susanto tau untuk menempatkan produk-produk miliknya agar lebih diminati oleh konsumen di daerah tersebut dan tentunya mendapatkan keuntungan dari produk-produk tersebut.

Jika ditinjau dari teori bauran pemasaran 7P (*Product, Price, People, Place, Promotion, Procces, Phsical Evidence*)⁶⁰ maka diperoleh hasil analisa sebagai berikut:

a. Product (Produk)

Berdirinya Jatimulia ini dilatarbelakangi oleh usaha dari orang tua dari Deni Susanto. Karena ayahnya seorang tukang (Orang yang membuat mebel) ayahnya berfikir untuk mendirikan usaha furniture rumahan. Hal ini disebabkan oleh gemarnya beliau membuat furniture seperti halnya; Meja, kursi, Lemari dll. Dan sekarang ini usaha tersebut diteruskan anaknya yaitu Deni. Untuk saat ini produk yang dihasilkan tidak hanya produk rumahan saja melainkan seperti Beduk, Terompet, Ukiran dll. Pastinya dengan kualitas terbaik.

b. Price (Harga)

⁶⁰ Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), hal. 176

Dalam menentukan harga jual, pastinya Jatimulia akan melihat dulu pesanan yang akan di pesan oleh konsumen seperti; Bahan baku, Ukuran dan lainnya. Karena perusahaan Jatimulia ini perusahaan furniture yang bersifat *custom*. Dengan begitu baru Jatimulia dapat menentukan harga jualnya.

c. *People* (Orang)

Jatimulia ini dibantu oleh 5 orang karyawan dalam pembuatan produk furniture. Semua karyawan berasal dari Kabupaten Tulungagung dan dengan usaha furniture ini Jatimulia sudah membuka lapangan pekerjaan terhadap orang-orang disekitarnya.

d. *Place* (Tempat)

Usaha Furniture Jatimulia ini salah satu usaha rumahan, Jadi konsumen bisa langsung memesan produk yang diinginkan ini lewat alamat dari Jatimulia tersebut di dusun Patikreco. Dan sebelum membeli produk konsumen bisa melihat produk-produk dari Jatimulia ini di media sosial Jatimulia seperti; instagram, facebook, whatsapp dll.

e. *Promotion* (Promosi)

Upaya promosi yang dilakukan oleh Jatimulia ini yakni melalui mulut ke mulut, media sosial, periklanan banner dll.

f. *Procces* (Prosses)

Dalam proses pemasarannya, Jatimulia ini mempunyai produk-produk unggulan yang biasanya dikeluarkan dalam event-event seperti seruling, barongan dan seni ukir lainnya.

g. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Bukti fisik sangat diperlukan sebagai elemen penunjang keberhasilan marketing ini, di dalam tempat usahanya Deni juga mempunyai contoh-contoh yang sudah dibuat di tempat usahanya, seperti; meja, kursi, barongan, suling terompet dll.

2. Pendapatan atau Penjualan Jatimulia *art and furniture* selama *covid-19*

Pendapatan atau penjualan Jatimulia selama covid 19 adalah Pastinya untuk penjualan produk-produk atau pendapatan dari Jatimulia mengalami penurunan. Hampir sekitar 60% mengalami penurunan dari penjualan produk-produk Jatimulia. Tetapi tetap ada konsumen yang memesan produk-produk dari Jatimulia menjelang lebaran, kebanyakan konsumen memesan seperti meja dan kursi untuk kebutuhan lebaran. Meskipun tidak banyak pesanan seperti hari-hari biasa Deni Susanto tetap bersyukur hal tersebut, dikarenakan masih ada pendapatan yang masuk dari usahanya.

Deni berharap virus covid-19 ini cepat ditangani pemerintah dan segera mendapatkan solusinya. Deni juga berharap segera ditemukan vaksin yang tepat agar masarakat bisa kembali bekerja normal. Deni menambahkan pandemi covid-19 juga memberikan dampak terhadap ketersediaan dan harga

bahan baku furniture dan kerajinan mengalami kenaikan. Sementara itu Jatimulia mematuhi protokol kesehatan dengan menerapkan pembatasan sosial atau distancing. Hal ini juga kemudian mengakibatkan perusahaan memangkas produksinya dan secara tidak langsung omset pendapatan yang di dapat oleh Jatimulia ini juga ikut menurun.

3. Strategi agar konsumen tidak kecewa setelah menggunakan produk *Jatimulia art and furniture*

Strategi yang digunakan agar konsumen tidak kecewa setelah menggunakan produk dari Jatimulia adalah konsumen bisa langsung memesan produk yang diinginkan (*Custom*) seperti meja, kursi, lemari, beduk, dll. dan bahan-bahan yang digunakan untuk membuat produk tersebut seperti; kayu yang dipakai, kain, busa, cat dll. Dengan begitu para konsumen merasa puas dengan apa yang dipesan tersebut dan tidak mengalami kekecewaan. Dan ketika proses pembuatan produk yang dipesan konsumen tersebut, bisa memantau pembuatan atau bahan yang dipakai apakah sesuai pesanan atau tidak. Tetapi untuk harga pastinya produk-produk dari Jatimulia ini lebih mahal dengan produk-produk dari perusahaan lainnya. Karena yang nomor satu adalah kepuasan dari para konsumen tersebut. Bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

a. Kepuasan Konsumen

Menurut Supranto kepuasan pelanggan salah satu yang menentukan kepuasan konsumen adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa. Kepuasan pelanggan, selain dipengaruhi oleh persepsi jasa, juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa menurut.

b. Kualitas Produk

Menurut kotler dan amstrong kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan,serta atribut bernilai lainnya.

c. Kualitas pelayanan

Menurut Tjiptono kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.