

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Penerapan Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) yang dilakukan Botol Plastik Jogja12

Botol Plastik Jogja12 berjuang keras untuk menguasai pangsa pasar khususnya D.I. Yogyakarta dan Jawa Tengah demi meningkatkan penjualan dan membuat Botol Plastik Jogja12 dikenal oleh masyarakat luas, Botol Plastik Jogja12 menerapkan strategi marketing mix yang terdiri dari 4P yaitu *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion*. Adapun rinciannya adalah sebagai berikut:

1. Produk (*Product*)

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Strategi produk yang dilakukan di Botol Plastik Jogja12 adalah menyediakan produk-produk yang berkualitas karena menyangkut dengan kelangsungan usaha yang dijalankan oleh konsumen yang mayoritas pelaku UMKM dengan produk minuman, sehingga sangat menarik para konsumen yang ingin membeli botol plastik ini. Produk yang ditawarkan oleh Botol Plastik Jogja12 dapat dikategorikan sebagai barang yang sangat diperlukan, dimana dalam kategori ini barang-barang dapat memberikan kepuasan dengan secara cepat atau segera dan sangat bermanfaat dalam jangka

waktu panjang bagi konsumen. Dalam hal ini kemanfaatan bisa juga dirasakan untuk konsumen tingkat akhir maupun para pengusaha.

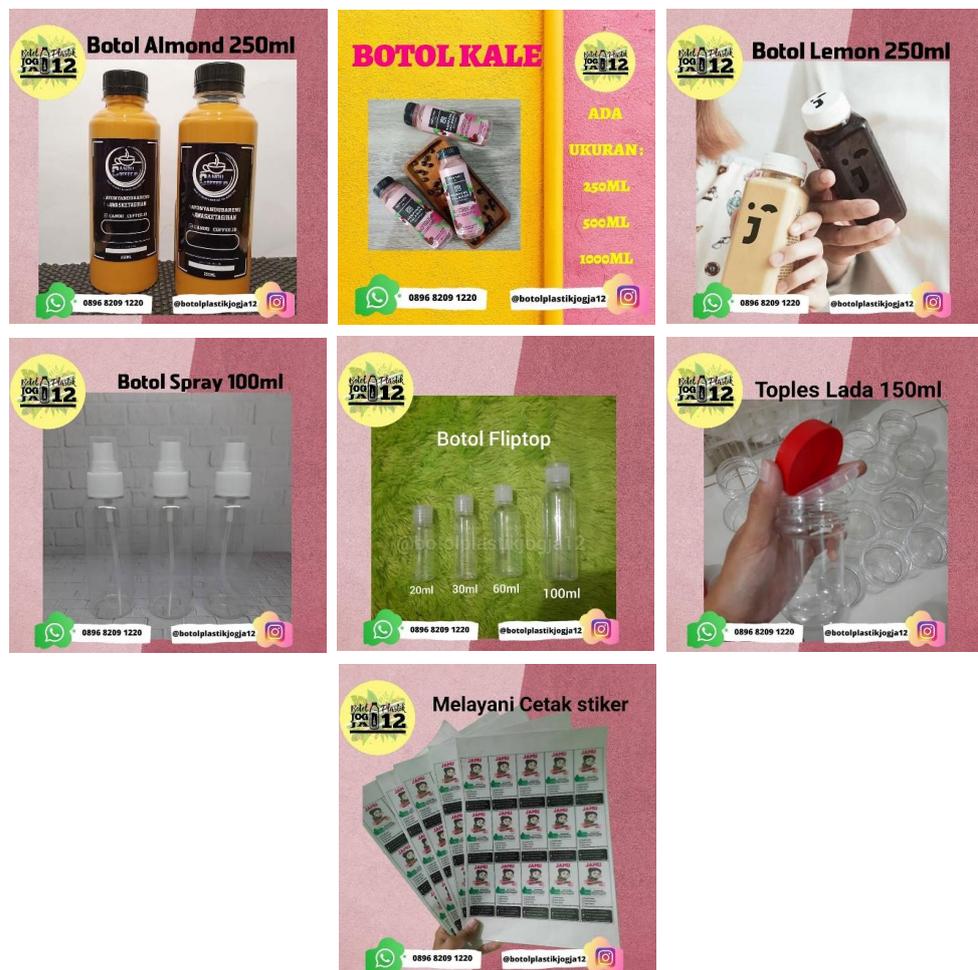
Produk utama Botol Plastik Jogja12 merupakan botol plastik yang berbahan dasar PET (*Polietilena tereftalat*). Diproduksi langsung dari pabrik dengan menggunakan teknologi dan mesin yang canggih sehingga menghasilkan produk botol plastik yang berkualitas.

Botol Plastik Jogja12 menjual berbagai macam botol dengan ukuran dan variasi yang berbeda, dari semua produk Botol Plastik Jogja12 dapat dipecah menjadi 3 kategori, yaitu kategori botol minuman, toples sambal, dan botol spray atau handsanitizer. Kategori botol untuk minuman, produknya ada Botol Almond 250ml, Almond 500ml, Bowling 350ml, Cabe 200ml, Jelly 100ml, Kale 250ml, Kale 500ml, Kale 1000ml, Pir 250ml, dan Lemon 250ml. Kategori toples sambal, produknya ada Toples Lada 150ml, Rempah 150ml, Pala 100ml, Bumbu 200ml, dan Udang 300ml. Kategori yang terakhir Botol Spray atau Handsanitizer, produknya ada Botol Spray 20ml sampai Spray 100ml, Fliptop 20ml sampai Fliptop 100ml.

Selain menyediakan botol dengan kualitas bagus, Botol Plastik Jogja12 juga menjual stiker untuk membantu konsumen yang ingin memberi label pada produk minumannya agar lebih menarik dan juga membuka peluang bagi para konsumen yang ingin memiliki brand sendiri. Konsumen dapat menentukan desain stiker yang ingin dibuat, lalu mengirimkannya ke admin Botol Plastik Jogja12 melalui WhatsApp

setelah itu akan diproses selama kurang lebih 3-5 hari. Kertas stiker yang disediakan oleh Botol Plastik Jogja12 ada 2 jenis yaitu kertas Glossy dan Transparant. Melihat dari pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa produk dari Botol Plastik Jogja12 masuk kedalam jenis produk industry. Sedangkan strategi produk dari Botol Plastik Jogja12 masuk kedalam golongan barang yang sangat diperlukan.

Berikut adalah contoh dari produk Botol Plastik Jogja12:



Gambar 4. 1 Contoh Varian Produk Botol Plastik Jogja12

2. Harga (*Price*)

Harga adalah sejumlah uang yang diberikan atas suatu produk atau jasa atau sejumlah dari nilai tukar konsumen atas manfaat-manfaat karena menggunakan produk atau jasa tersebut. Keputusan harga harus dikoordinasikan dengan rancangan produk, distribusi dan promosi yang membentuk program pemasaran yang konsisten dan efektif. Harga menjadi elemen *marketing mix* yang berpengaruh penting dalam menghasilkan pendapatan dari perolehan penjualan.

Harga dari produk Botol Plastik Jogja12 sendiri, terbagi menjadi 2 kategori yaitu harga ecer dan harga grosir, dengan minimal pembelian 20 pcs untuk ecer dan 1 bal untuk grosirnya. Botol Plastik Jogja12 menerapkan strategi harga pendekatan *mark-up*. Dimana harga yang sudah ditetapkan telah dinaikkan jumlahnya dari harga dasar pabrik. Berikut adalah daftar harga produk dari Botol Plastik Jogaja12 yang sudah di *mark-up* dan harga dasar dari pabrik:

Tabel 4. 1
Daftar Harga Produk Botol Kemasan Minuman

NAMA PRODUK	<i>MARK-UP</i> HARGA ECER	<i>MARK-UP</i> HARGA GROSIR	HARGA DASAR PABRIK
BOTOL ALMOND 250ml	Rp. 1.500	Rp. 1.000	Rp. 800
BOTOL ALMOND 500ml	Rp. 2.500	Rp. 2.000	Rp. 1.626
BOTOL BOWLING 350ml	Rp. 2.300	Rp. 2.000	Rp. 800
BOTOL CABE 200ml	Rp. 1.550	Rp. 1.000	Rp. 971

BOTOL CANTIK 350ml	Rp. 2.500	Rp. 2.000	Rp. 1.500
BOTOL CANTIK 600ml	Rp. 2.700	Rp. 2.100	Rp. 1.667
BOTOL FLEXY 330ml	Rp. 2.300	Rp. 2.000	Rp. 800
BOTOL JELLY 100ml	Rp. 1.500	Rp. 1.000	Rp. 1.020
BOTOL JUICE 500ml	Rp. 1.800	Rp. 1.200	Rp. 1.120
BOTOL KALE 250ml	Rp. 2.500	Rp. 2.100	Rp. 1.680
BOTOL KALE 500ml	Rp. 3.800	Rp. 3.000	Rp. 2.880
BOTOL KALE 1000ml	Rp. 5.500	Rp. 5.000	Rp. 4.000
BOTOL KICK 250ml	Rp. 2.000	Rp. 1.800	Rp. 1.365
BOTOL LAMPU 320ml	Rp. 2.350	Rp. 1.900	Rp. 1.550
BOTOL LEMON 250ml	Rp. 2.500	Rp. 2.100	Rp. 1.680
BOTOL PIR 250ml	Rp. 1.600	Rp. 1.000	Rp. 917
BOTOL PET 330ml	Rp. 1.600	Rp. 1.000	Rp. 853
BOTOL PET 600ml	Rp. 1.750	Rp. 1.100	Rp. 1.120
BOTOL PET 1000ml	Rp. 2.700	Rp. 2.000	Rp. 1.500
BOTOL TARO 250ml	Rp. 1.500	Rp. 1.000	Rp. 905
BOTOL TIBET 500ml	Rp. 2.600	Rp. 2.000	Rp. 1.500
BOTOL YOGURTH 250ml	Rp. 1.600	Rp. 1.100	Rp. 1.025

Tabel 4. 2
Daftar Harga Produk Kemasan Sambal

NAMA PRODUK	<i>MARK-UP</i> HARGA ECER	<i>MARK-UP</i> HARGA GROSIR	HARGA DASAR PABRIK
TOPLES MADU 175ml	Rp. 2.750	Rp. 2.500	Rp. 2.000
TOPLES PALA 100ml	Rp. 2.750	Rp. 2.500	Rp. 2.000
TOPLES REMPAH 150ml	Rp. 2.750	Rp. 2.500	Rp. 2.000
TOPLES BUMBU 200ml	Rp. 2.900	Rp. 2.600	Rp. 2.022

TOPLES UDANG 300ml	Rp. 2.950	Rp. 2.700	Rp. 2.160
--------------------	-----------	-----------	-----------

Tabel 4. 3
Daftar Harga Produk Spray atau Handsanitizer

NAMA PRODUK	MARK-UP HARGA ECER	MARK-UP HARGA GROSIR	HARGA DASAR PABRIK
BOTOL SPRAY 30ml	Rp. 2.500	Rp. 2.500	Rp. 2.000
BOTOL SPRAY 60ml	Rp. 3.000	Rp. 3.000	Rp. 2.500
BOTOL SPRAY 100ml	Rp. 3.500	Rp. 3.500	Rp. 3.000
BOTOL FLIPTOP 20ml	Rp. 1.900	Rp. 1.900	Rp. 1.400
BOTOL FLIPTOP 30ml	Rp. 2.000	Rp. 2.000	Rp. 1.500
BOTOL FLIPTOP 60ml	Rp. 2.300	Rp. 2.300	Rp. 1.800
BOTOL FLIPTOP 100ml	Rp. 2.500	Rp. 2.500	Rp. 2.000

3. Distribusi (*Place*)

Lokasi atau tempat yang strategis akan menjadi salah satu keuntungan bagi bisnis karena mudah dijangkau oleh konsumen, tetapi terdapat biaya penyewaan atau investasi bangunan menjadi semakin mahal. Berdasarkan pengamatan di Botol Plastik Jogja12 terkait dengan lokasi, toko Botol Plastik Jogja12 sudah cukup strategis yaitu berada di Perumahan Mlati Permai No. A3 Mlati, Sleman, Yogyakarta. Tempatnya yang strategis dan dekat dengan konsumen dapat mempermudah menarik konsumen untuk membeli botol plastic di toko Botol Plastik Jogja12.

Arti lain dari elemen *place* dalam *marketing mix* ini merupakan distribusi atau penyaluran barang, dimana terdapat produsen yaitu

Perusahaan pabrik botol yang membuat produk botol plastik ini, lalu kemudian mendistribusikannya melalui jasa ekspedisi pengiriman ke toko Botol Plastik Jogja12 hingga akhirnya produk botol plastik ini bisa langsung dibeli dan sampai ke tangan konsumen. Maka dapat disimpulkan mengenai saluran distribusi dari Botol Plastik Jogja12 sangat sederhana, yaitu langsung menjualnya kepada konsumen.

Sedangkan dilihat dari segi jumlah perantara atau penyalur Botol Plastik Jogja12 termasuk dalam jenis Distribusi Intensif, yaitu mendistribusikan ke sebanyak mungkin saluran dan anggota saluran baik pedagang grosir maupun peritel pada wilayah D.I. Yogyakarta.

Sementara untuk penjualan melalui media *e-commerce* Shopee, Botol Plastik Jogja12 menggunakan layanan kurir yang tersedia di aplikasi shopee. Sehingga konsumen dapat memilih layanan pengiriman dan biayanya sesuai keinginan mereka sendiri. Dan juga dikarenakan penggunaan layanan kurir menjadi satu-satunya saluran distribusi untuk produk botol dapat sampai kepada konsumen. Berbeda dengan desain stiker yang dapat dikirim melalui email tanpa harus kesulitan untuk sampai kepada konsumen.

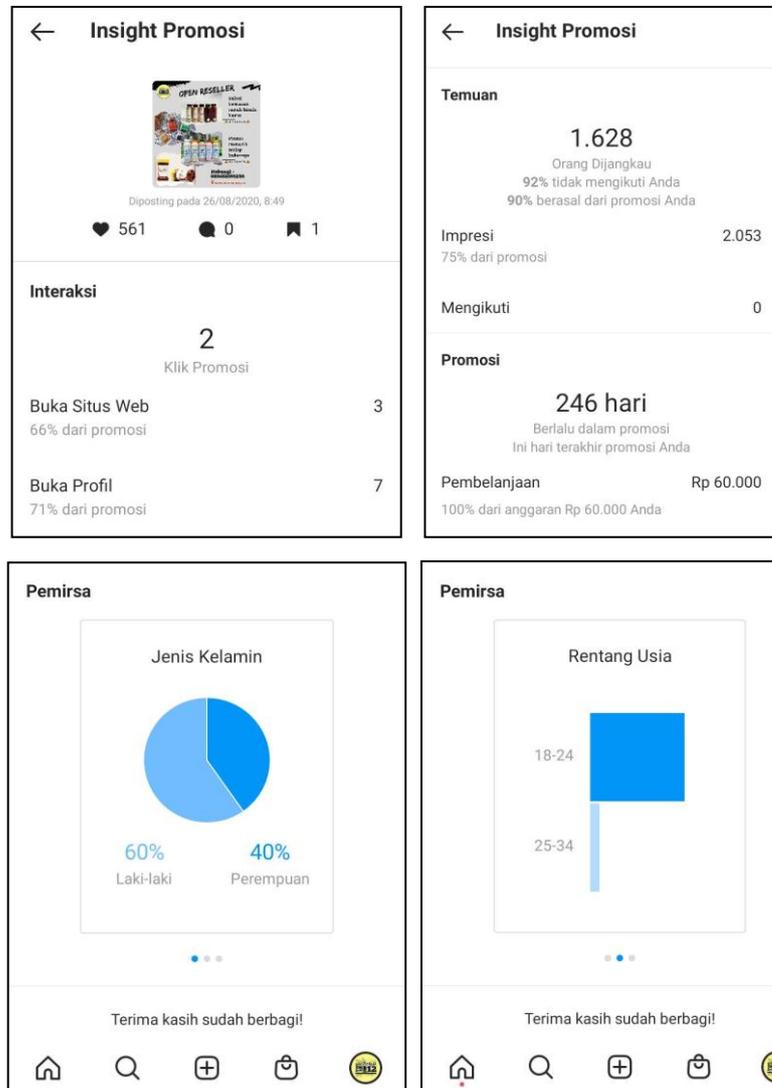
4. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan upaya perusahaan dalam menawarkan produknya yang bertujuan untuk menarik konsumen membeli produk yang ditawarkan. Promosi menjadi salah satu elemen penting dalam pemasaran, promosi yang dilakukan oleh Botol Plastik Jogja12 yaitu mulai dari periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*) dan penjualan langsung (*direct selling*). Melalui penerapan strategi ini, terbukti konsumen tertarik untuk berbelanja dan melakukan pembelian secara berulang. Adapun penerapan strategi promosi yang dilakukan Botol Plastik Jogja12 sebagai berikut:

a. Periklanan (*advertising*)

Melalui iklan, Botol Plastik Jogja12 dapat dengan mudah menjangkau konsumen agar mengenal produknya. Bentuk promosi iklan yang dilakukan Botol Plastik Jogja12 adalah dengan memanfaatkan social media yaitu Instagram dan TikTok, lalu juga dengan dipasangnya banner di lokasi agar memudahkan konsumen mengetahui produk dan toko dari Botol Plastik Jogja12. Botol Plastik Jogja12 memanfaatkan iklan berbayar di Instagram yang banyak dikenal dengan sebutan Instagram Ads, yaitu salah satu kegiatan *advertising* atau iklan melalui konten berbayar di Instagram untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih ditargetkan.

Berikut hasil dari Instagram Ads yang dilakukan oleh Botol Plastik Jogja12:



Gambar 4. 2 Insight Instagram Ads Botol Plastik Jogja12

Dilihat dari hasil Insight promosi pada Instagram Ads Botol Plastik Jogja12 sudah sangat efektif, dan mendapat respon positif dari konsumen. Dimana dari iklan promosi tersebut mendapat 561 like dan total menjangkau 1.628 konsumen di Instagram. Melalui Insight tersebut juga

terlihat mayoritas dari konsumen Instagram Botol Plastik Jogja12 didominasi konsumen dari rentan usia 18-24 dengan rician 60% Laki-Laki dan 40% Perempuan.

b. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Strategi promosi penjualan yang dilakukan oleh Botol Plastik Jogja12 adalah dengan menggunakan potongan harga di waktu tertentu sesuai dengan arus pembelian. Semakin lambat arus pembelian, pada saat itulah Botol Plastik Jogja12 menerapkan strategi diskon atau potongan harga. Dimana Botol Plastik Jogja12 memberlakukan syarat dan ketentuan kepada pelanggan yang ingin mendapat potongan harga, yang mana syarat dan ketentuan ini juga dimanfaatkan sebagai peningkat eksistensi Botol Plastik Jogja12 dibenak para konsumennya.

Adapun syarat dan ketentuannya sebagai berikut:

- Berlaku untuk semua jenis botol
- Berlaku untuk pembelian per-bal
- Minimal pembelian 1 bal
- Beri bintang 5 dan wajib memberikan review positif pada google maps Botol Plastik Jogja12

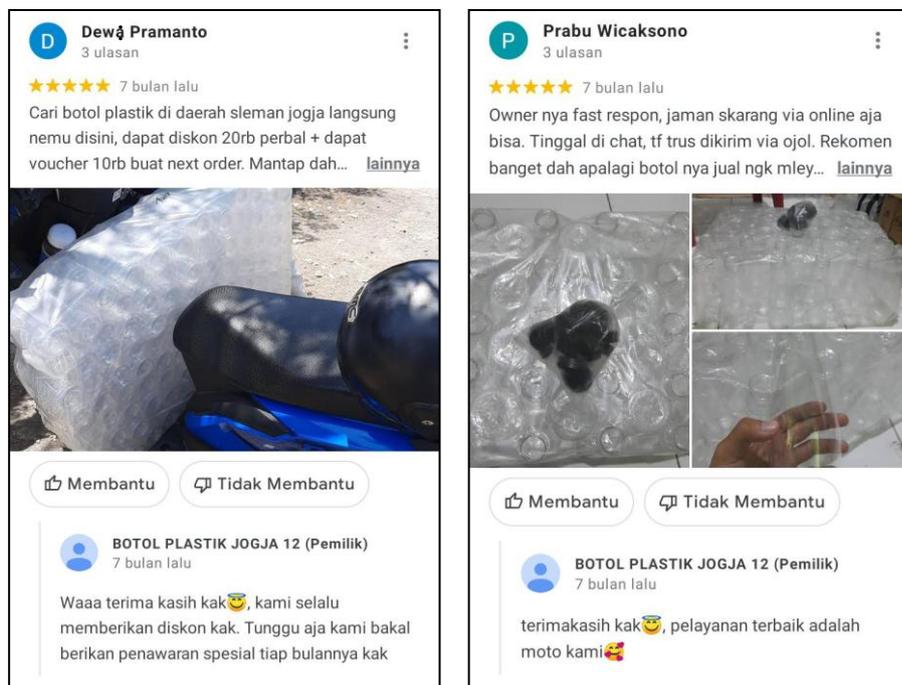
Salah satu contoh poster promo penjualan yang dilakukan oleh

Botol Plastik Jogja12:



Gambar 4. 3 Promo Penjualan Botol Plastik Jogja12

Berikut beberapa konsumen yang memberi bintang 5 dan melakukan review positif pada google maps Botol Plastik Jogja12:



Gambar 4. 4 Contoh Review Konsumen

Maka dengan diterapkannya strategi promosi penjualan ini tidak hanya peningkatan volume penjualan saja yang terjadi. tetapi peningkatan eksistensi dari Botol Plastik Jogja12 sebagai Distributor botol plastik serbaguna PET di D.I. Yogyakarta meskipun dalam waktu yang singkat.

Dari beberapa strategi promosi yang sudah digunakan diatas maka dapat dikatakan promosi penjualan menjadi media promosi yang lebih baik dalam memberikan dampak peningkatan volume penjualan. Karena selain citra Botol Plastik Jogja12 yang semakin baik, pelanggan juga merasakan kepuasan dari segi harga yang cukup murah.

B. Kendala

Terdapat beberapa kendala yang dialami Botol Plastik Jogja12 baik dari segi promosi yang sudah dilakukan tetapi tidak maksimal, maupun dari segi lokasi berjualan yang sudah berpindah beberapa kali. Berikut ini beberapa masalah yang dihadapi oleh Botol Plastik Jogja12.

1. Promosi

Penerapan strategi promosi Botol Plastik Jogja12 yang dilakukan melalui Media sosial Instagram selama 3 hari sejak 13 Juli – 15 Juli 2020 dirasa kurang maksimal. Hal ini dikarenakan biaya yang digunakan untuk Instagram ads sebesar Rp 60.000/hari hanya mampu menjangkau 1.628 orang dan memberikan dampak kunjungan profil akun Botol Plastik Jogja12 sebanyak 7x, kunjungan website 3x, dan menjangkau 1.628 orang dari total jangkauan potensial sebanyak 2.053 orang.

Hasil dari penggunaan Instagram ads tersebut tentunya masih masih belum dirasa maksimal, karena penambahan konsumen baru dari media promosi ini tidak banyak. Sedangkan penambahan konsumen baru yang diharapkan dari penggunaan Instagram Ads adalah 10% dari jangkauan potensial.

Penambahan konsumen baru justru lebih banyak dihasilkan dari penilaian positif Toko Botol Plastik Jogja12 di Gmaps, bukan dari penggunaan Instagram ads. Hal ini dikarenakan *rating* yang diberikan konsumen melalui Gmaps didominasi dengan nilai bintang 5. Sehingga citra yang dimiliki Botol Plastik Jogja12 sangat baik.

2. Lokasi (Distribusi)

Dari segi lokasi toko Botol Plastik Jogja12 dalam kurun waktu 6 bulan sudah berpindah tempat sebanyak 2x. Perpindahan lokasi toko ini dikarenakan penyimpanan stok barang setiap minggunya semakin bertambah, sedangkan luas bangunan yang ada kurang memadai untuk menyimpan banyak barang pribadi pemilik toko dan botol-botol yang dijual. Sehingga dilakukanlah perpindahan lokasi toko dalam kurun waktu yang sangat dekat.

Dengan berpindah-pindahnya lokasi toko Botol Plastik Jogja12, mengakibatkan terkendalanya konsumen yang ingin datang membeli langsung ke toko. Konsumen sering kebingungan karena penanda lokasi toko Botol Plastik Jogja12 lama masih tercantum di Gmaps, sedangkan

lokasi baru toko Botol Plastik Jogja12 juga sudah tercantum di aplikasi Gmaps.

C. Solusi

Dari beberapa kendala yang diterapkan. Diantaranya sebagai berikut: ada diatas, maka terdapat solusi yang sudah

1. Penggunaan Instagram ads diganti dengan lebih memfokuskan pada penilaian toko di aplikasi Gmaps atau Google Business. Yaitu dengan memberikan potongan harga setelah memberikan penilaian positif pada toko Botol Plastik Jogja12 di aplikasi Gmaps.
2. Mengedit dan menghapus kembali penanda lama toko Botol Plastik Jogja12 yang sudah tidak aktif di aplikasi Gmaps. Dan memberitahukan kepada konsumen melalui akun media sosial Instagram Botol Plastik Jogja12, dan melalui Chat secara personal kepada pelanggan tetap bahwa lokasi toko sudah berpindah ke lokasi baru.