

STRATEGI MARKETING MIX DENGAN KONSEP 4P (*PRICE, PRODUCT, PLACE, PROMOTION*) DI PT.OXYPLAST INDONESIA

Sudarto

Abstrak: Industri powder coating yang ada di Indonesia masih belum familiar dibandingkan dengan industri cat liquid ini dikarenakan masih belum banyak yang mengetahui akan keunggulan dan kelebihanannya, di samping itu proses coating memerlukan banyak modal mulai peralatan maupun saat prosesnya yang membutuhkan biaya yang lumayan besar untuk memulai usaha yang menggunakan powder coating. Untuk dunia industri yang bergerak dalam logam yang membutuhkan pelapis sangat mengerti akan hasil dan kualitas. Seiring dengan perkembangan industri powder coating berbagai strategi dilakukan oleh setiap perusahaan powder coating agar dapat bertahan dan menjawab tantangan di tengah persaingan yang semakin tajam. Industri powder coating dengan dibukanya kran perdagangan yang bebas yang mana produk luar negeri bisa masuk di Indonesia merupakan tantangan yang tak bisa dihindarkan bagi industri powder coating yang ada sebelumnya. Dengan jumlah produsen yang semakin hari semakin banyak maka diperlukan strategi gimana bisa merebut pangsa pasar yang sudah ada. Untuk mencapai harapan dan tujuan suatu perusahaan diperlukan suatu strategi maupun jurus – jurus untuk mendapatkan hasil yang lebih baik guna mendapatkan hasil penjualan yang lebih banyak yang secara otomatis memperlancar keberlangsungannya suatu perusahaan dalam perebut pangsa pasar. Marketing Mix atau Bauran pemasaran adalah suatu alat untuk meningkatkan suatu penjualan dalam suatu perusahaan. Marketing Mix ini merupakan rangkaian strategi yang meliputi promosi, produk, harga maupun distribusi yang tepat sasaran dalam meningkatkan suatu penjualan. Untuk pengembangan produk maupun spesifikasinya dibuat sesuai apa yang diharapkan pelanggan dengan cara melakukan survei maupun wawancara dengan pelanggan langsung, Untuk promosi dilakukan beberapa langkah yang baik menggunakan media sosial maupun langsung ke pelanggan yang sudah ada yaitu pelanggan tetap maupun pelanggan tidak tetap, Untuk harga menjelaskan ke pelanggan ketentuan harga menyesuaikan spesifikasi kualitas dan kegunaan produk tersebut dan harga raw material yang digunakan, Distribusi dilakukan melalui beberapa chanel baik langsung maupun tidak langsung yang mana strategi ini digunakan untuk mempercepat produk digunakan pelanggan. Dalam menetapkan harga produknya PT Oxyplast Indonesia mempertimbangkan berbagai faktor, seperti kondisi perekonomian, persaingan antar produsen powder coating, jumlah total pembelian. PT. Oxyplast Indonesia melakukan pendistribusian atau penjualan secara langsung kepada pelanggan maupun calon pelanggan. Untuk pelanggan tetap PT Oxyplast Indonesia merupakan pelanggan yang sudah tercatat di data base perusahaan, untuk pelanggan tidak tetap merupakan pelanggan yang belum tercatat di data base atau pelanggan yang belum pernah menggunakan produk PT Oxyplast Indonesia. Dalam melakukan strategi pemasaran dan penjualan perusahaan membuat website penjualan dan tim sales yang handal.

Kata kunci: Bauran pemasaran, Penjualan.

Di era seperti sekarang ini dunia industri diharapkan bisa merebut pangsa pasar yang perebutan tersebut banyak pesaing yang melakukan perebutan pasar dengan caranya masing – masing Persaingan di Industri powder coating di Indonesia tidak bisa dihindari keberadaannya, Untuk merebut pelanggan supaya menggunakan produk kita di buat strategi – strategi marketing yang bisa menambah pelanggan bar, yang mana bisa menambah jumlah penjualan produk perusahaan . Untuk itu diperlukan suatu strategi yang mengena atau tepat sasaran . Perebutan pelanggan merupakan hal yang tidak bisa dihindarkan karena pelanggan produk powder coating sebagian merupakan pelanggan lama yang sudah berkecimpung dalam industri powder coating sebelumnya untuk yang

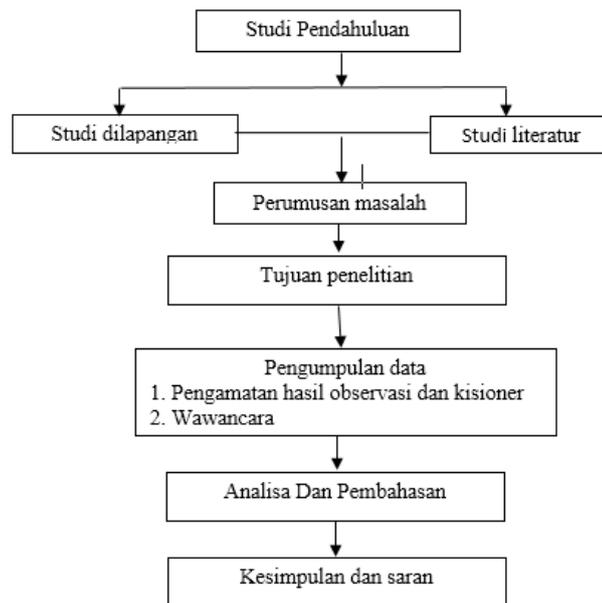
pelanggan baru yang belum mengerti powder coating itu jumlahnya sedikit sekali. Untuk pelanggan powder coating dibagi menjadi dua yaitu pelanggan untuk manufacture (Pabrik) dan pelanggan untuk yang bergerak dalam jasa coating saja. Di Industri powder coating untuk strategi pemasaran banyak menggunakan tim sales ini dikarenakan tim sales bisa menjelaskan keunggulan produknya dan bisa menjamin ke pelanggan tentang kualitas produk, pelayanan maupun apa yang diinginkan pelanggan tentang produk kita . Untuk strategi di media sosial perusahaan hanya membuat website perusahaan dan macam produknya saja. Jadi tim sales merupakan ujung tombak perusahaan dalam merebut pelanggan dengan strategi –strategi yang dikembangkan. Marketing Mix atau Bauran pemasaran adalah suatu alat untuk meningkatkan suatu penjualan dalam suatu perusahaan. Marketing Mix ini merupakan rangkaian strategi yang meliputi promosi, produk, harga maupun distribusi yang tepat sasaran dalam meningkatkan suatu penjualan. Untuk pengembangan produk maupun spesifikasinya dibuat sesuai apa yang diharapkan pelanggan dengan cara melakukan survei maupun wawancara dengan pelanggan langsung, Untuk promosi dilakukan beberapa langkah yang baik menggunakan media sosial maupun langsung ke pelanggan yang sudah ada yaitu pelanggan tetap maupun pelanggan tidak tetap, Untuk harga menjelaskan ke pelanggan ketentuan harga menyesuaikan spesifikasi kualitas dan kegunaan produk tersebut dan harga raw material yang digunakan, Distribusi dilakukan melalui beberapa channel baik langsung maupun tidak langsung yang mana strategi ini digunakan untuk mempercepat produk digunakan pelanggan

Dalam menjalankan usahanya PT Oxyplast Indonesia banyak mempertimbangkan berbagai aspek, mulai faktor persaingan usaha dengan pesaing, harga raw material, maupun distribusinya dikarenakan pelanggan banyak yang jauh dari lokasi perusahaan yang mana berakibat dengan biaya distribusi. PT. Oxyplast Indonesia melakukan pendistribusian atau penjualan secara langsung kepada pelanggan maupun calon pelanggan . Untuk pelanggan tetap PT Oxyplast Indonesia merupakan pelanggan yang sudah tercatat di data base perusahaan , untuk pelanggan tidak tetap merupakan pelanggan yang belum tercatat di data base atau pelanggan yang belum pernah menggunakan produk PT Oxyplast Indonesia. Marketing Mix atau bauran pemasaran adalah salah satu untuk meningkatkan penjualan produk perusahaan

Marketing Mix atau bauran pemasaran merupakan strategi perusahaan dalam menjalankan usahanya untuk meningkatkan penjualan dalam persaingan merebut pelanggan yang sangat dinamsi, marketing mix ini salah satu cara yang efektif dalam merebut pasar yang mana pasar di dunia industri percoatingan di indonesia yang masih belum familiar dibandingkan dengan cat liquid. Dalam strategi tersebut yang meliputi Promosi, Harga, Produk dan Distribusi harus berjalan dengan efektif dan efisien, Empat aspek tersebut harus saling mempengaruhi dan saling berhubungan untuk meningkatkan penjualan

Berdasarkan permasalahan yang ditimbulkan dari tidak stabilnya penjualan produk tersebut PT. Oxyplast Indonesia melakukan analisa dengan melakukan strategi supaya produk yang dihasilkan bisa diterima pelanggan dengan baik, strategi tersebut meliputi empat aspek yaitu Promosi , Harga, Produk dan Distribusi.

METODE



Gambar 1. Diagram Penelitian

Langkah – Langkah penelitian yang dilakukan dalam suatu penelitian adalah sebagai berikut :

- Studi Pendahuluan : Langkah suatu pengamatan di perusahaan dengan melihat aktifitas yang ada di perusahaan atau di lapangan guna mendapatkan informasi tentang masalah yang dihadapi
- Studi Lapangan : Cara ini digunakan untuk mengamati dan melihat secara dekat dan langsung yang akan diteliti dengan cara pengamatan dan wawancara dilokasi yang akan di gunakan penelitian
- *Study Literature* : Langkah ini merupakan untuk menggali dan mencari informasi permasalahan yang akan di lakukan penelitian dengan keilmuan atau landasan teori yang akan digunakan dalam menyelesaikan masalah yang ada
- Perumusan masalah : Langkah ini akan menentukan rumusan – rumusan masalah apa yang akan di bahas
- Tujuan Penelitian : Langkah ini menentukan tujuan dalam penelitian apa yang akan di capai beserta solusi yang akan ditawarkan
- Pengumpulan data : Langkah ini untuk memecahkan masalah yang dihadapi dengan cara untuk memperoleh data atau informasi dengan jalan mengolah menjadi informasi. Pengumpulan data ini dengan cara pengamatan hasil observasi dan kuisiner serta wawancara
- Kesimpulan dan saran
Dari hasil analisa yang sudah dilakukan dapat disimpulkan bagaimana metode Strategi Marketing Mix yang dapat diterapkan dan diharapkan menjadi solusi yang terbaik buat perusahaan.

Dalam melakukan penelitian ini peneliti semula banyak teori strategi yang akan digunakan atau diterapkan, setelah banyak pertimbangan maka marketing mix yang menjadi pilihan yang dilakukan PT Oxyplast Indonesia

Tahap pertama yaitu pengumpulan data : Tahap ini dilakukan untuk mengumpulkan data – data dari perusahaan yang sudah ada. Langkah ini sangat berpengaruh dalam menentukan strategi kedepannya dan menentukan hasilnya secara menyeluruh.

Data Primer : Data ini didapat dengan melakukan metode wawancara dan metode observasi.

- Metode wawancara, ini dilakukan kepada beberapa karyawan untuk mengetahui seberapa dalam data yang kita butuhkan yang sesuai dengan tema penelitian tersebut. Pelaksanaan wawancara dilakukan antara lain menggunakan strategi yang meliputi , produk , harga , promosi dan distribusi (4P)
- Metode Observasi, ini dilakukan dengan beberapa cara yaitu dengan mengamati secara langsung dilapangan mengenai masalah – masalah yang timbul dengan mengumpulkan data – data yang akan dibutuhkan selama penelitian berlangsung

Dalam memperoleh data – data yang diinginkan yang bertujuan mendapatkan hasil yang baik penelitian ini dengan cara tanya jawab dengan bertemu langsung dengan karyawan yang berhubungan langsung, Tema yang dilakukan tanya jawab meliputi produk harga , promosi dan distribusi yang dilakukan di PT Oxyplast Indonesia. Data Sekunder : Data ini didapat dengan melakukan browsing di laman PT Oxyplast Indonesia yang ada di internet. Data ini merupakan didapat dari mulai perusahaan PT Oxyplast Indonesia berdiri.data yang diambil mulai perusahaan berdiri di Kota Surabaya sampai pindah di Kabupaten Pasuruan.

Untuk mengelola data – data yang di dapat baik wawancara , observasi maupun dari pengamatan langsung dan tidak langsung, untuk proses yang digunakan dengan cara mengelompokkan data – data yang didapat untuk memudahkan dalam prosesnya. Untuk hasil observasi yang didapat dilapangan dalam bentuk catatan lapangan, untuk wawancara atau tanya jawab serta dokumen- dokumen yang didapat dianalisis dan dikelompokkan dengan menelaah data yang didapat dari semua sumber. Dalam proses ini apabila semua data yang dikumpulkan didapat lalu dibuat acuan untuk melakukan strategi yang pas dan efektif untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Dari data yang didapat dan dikumpulkan tersebut dilakukan proses untuk merinci data yang digunakan lalu dibuat sebagai informasi untuk mendapatkan hasil yang bisa dibaca dan di mengerti yang berguna untuk menyelesaikan permasalahan yang timbul selama ini, dalam penelitian ini informasi yang didapat harusnya yang benar – benar yang valid yang bisa di proses dan didapat keputusan yang baik juga. Dalam analisa data yang berisikan dari beberapa sumber tersebut yang pengelolahannya dilakukan secara bertahap dan teliti. Dalam tujuannya analisis data ini untuk mendeskripsikan data – data yang didapat untuk mengambil keputusan atau kesimpulan . setelah didapat kesimpulan maka keputusan yang akan diambil dapat solusi tentang strategi apa yang akan digunakan dalam meningkatkan penjualan di suatu perusahaan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam melakukan strategi marketing Mix dilakukan beberapa cara antara lain :

Promosi (*Promotion*)

Dalam melakukan kegiatan promosi perlu strategi yang efektif yang mana kegiatan ini bagaimana tujuan perusahaan tersampaikan dengan baik kepada pelanggan baik pelanggan tetap maupun tidak tetap. Promosi ini ada beberapa strategi yang digunakan yaitu dengan media sosial maupun langsung kepada pelanggan, untuk cara perusahaan satu dengan dengan yang lain biasanya ada perbedaan menurut tujuan perusahaannya. Dalam hal ini untuk PT Oxyplast Indonesia selalu aktif dalam berbagai kegiatan promosi. Bentuk-bentuk kegiatan promosi yang dilakukan yaitu:

- a. Memberikan potongan harga dengan pembelian jumlah tertentu
- b. Memberikan harga yang istimewa apabila menggunakan produk warna baru

- c. Memberikan harga di bawa pesaing dengan warna dan kualitas yang sama
- d. Memeberikan merchandise kepada pelanggan dengan harapan bangga menggunakan produk Oxyplast

Produk (Product)

Untuk produk yang dihasilkan PT Oxyplast Indonesia yaitu Powder Coating yang mana cat yang berbentuk bubuk. Produk yang dihasilkan terdiri beberapa jenis produk indoor dan outdoor yang mana ke dua jenis tersebut masih dibedakan beberapa macam yaitu glosy, semi glosy, matt, tekture pasir dan tekture jeruk, untuk ketahanan sampai 10 tahun – 15 tahun.

Dalam menghadapi persaingan industri powder coating dalam pengembangan produk PT Oxyplast rajin menyesuaikan keinginan pelanggan yang semakin kompleks dan untuk mengimbangi pesaing yang semakin hari semakin bertambah perusahaan sejenis berdiri dengan berbagai produk yang dihasilkan. Strategi yang digunakan PT Oxyplast Indonesia dalam memenangkan persaingan di industri percoatingan dan menjawab keinginan pelanggan antara lain :

- a. Memproduksi powder yang bisa bertahan sampai lebih dari 15 tahun , produk ini biasanya digunakan proyek – proyek gedung bertingkat yang langsung terkena sinar matahari
- b. Untuk partikel tektur pasir maupun tekture kulit jeruk menyesuaikan keinginan pelanggan, dengan tidak mengesampingkan produk yang utama
- c. Pemberian Logo : Pemberian logo pada kemasan plastik yang ada di dalam dos untuk memuat powder cara ini dimaksudkan akan keaslian produk tersebut dari pemalsuan meskipun dikardusnya sudah tertera Logo maupun merek produknya
- d. Kualitas Produk : Untuk mencapai kulaitas produk yang unggul dilakukan pengecekan berkala dan bertahap mulai bahan baku masuk produksi sampai produk yang akan di kirim ke gudang.

Harga (Price)

Dalam menetapkan harga PT Oxyplast Indonesia mengacu berbagai kebijakan, Kebijakan tersebut banyak faktor yang mempengaruhi baik internal perusahaan maupun eksternal perusahaan. Hal yang mempengaruhi penetapan harga powder coating antara lain:

Ekonomi

Perekonomian ini merupakan kondisi diluar perusahaan yang mana perusahaan tidak bisa mengontrol sendiri contoh kondisi perpolitikan , harga raw material, proses pengiriman material atau ketersediaan bahan baku yang didapat dari supplier perusahaan. Kondisi perekonomian disuatu negara juga sempat berpengaruh dalam menjalankan usaha. Maka dari itu, ketidakstabilan keadaan perekonomian sangat berpengaruh terhadap produk yang ditetapkan, sehingga PT Oxyplast Indonesia memberikan harga yang cukup terjangkau kepada pelanggannya.

Di dalam usaha banyak pesaing – pesaing perusahaan yang bisa merebut pelanggan . Persaingan antar pesaing dalam usaha sejenis tidak bisa dihindari yang mana bisa menumbuhkan layanan kepada pelanggan lebih diutamakan terutama harga yang bisa bersaing dengan harga pesaing untuk merebut pelanggan tetap menggunakan produk kita.

Biaya merupakan salah satu faktor yang harus diperhitungkan dalam menetapkan harga, sebab sebuah perusahaan jika tidak menutup seluruh biaya-biaya yang telah dikeluarkan maka perusahaan tersebut akan merugi, demikian pula sebaliknya.

Penetapan Harga

Dalam menetapkan harga suatu produk yang dihasilkan PT Oxyplast Indonesia adalah untuk saling menguntungkan yaitu pelanggan tidak merasa keberatan atau kemahalan dan perusahaan tetap mendapatkan untung , ini dilakukan dikarenakan persaingan antar produsen sangat kompetitif serta jumlah pelanggan jumlahnya sedikit bertambah . Untuk harga sangat dihitung dalam memberikan harga kepada pelanggan hal ini menjaga kerjasama yang saling menguntungkan antara perusahaan dan pelanggan

Distributor (Place)

Dalam mendistribusikan produk powder coating menggunakan saluran distribusi langsung

- a. Saluran Distribusi Ke Pelanggan Manufacture (Pabrik Langsung): Pada saluran distribusi ini ke pelanggan yang membuat produknya sendiri untuk di pasarkan dengan menggunakan powder coating sebagai finishingnya
- b. Saluran Distribusi Ke Pelanggan Jasa: Pada saluran distribusi ini ke pelanggan yang bergerak dalam jasa coating yang mana produknya berasal dari buyernya sendiri

Strategi Marketing Mix berpengaruh terhadap Sales Penjualan

Strategi marketing mix yang diterapkan oleh PT Oxyplast Indonesia yang terdiri dari Promosi, Produk, Harga dan Distribusi sangat mempengaruhi terhadap penjualan produk PT Oxyplast Indonesia. Dari peningkatan penjualan produknya tersebut dapat dilihat melalui tabel penjualan :

Tabel 1. Data Penjualan Powder Coating Bulan Juli 2022 – Juni 2023:

No.	Bulan	Tahun	Rata- Rata Penjualan
1	Juli	2022	115 Ton
2	Agustus	2022	113 Ton
3	September	2022	114 Ton
4	Oktober	2022	112 Ton
5	November	2022	110 Ton
6	Desember	2022	115 Ton
7	Januari	2023	118 Ton
8	Februari	2023	120 Ton
9	Maret	2023	122 Ton
10	April	2023	123 Ton
11	Mei	2023	123 Ton
12	Juni	2023	125 Ton

Dari tabel tersebut dapat dilihat volume penjualan powder PT. Oxyplast Indonesia pada Tahun 2022 secara keseluruhan cenderung mengalami penurunan tetapi memasuki tahun 2023 penjualan Powder Oxyplast mengalami tren peningkatan.

Dalam trend peningkatan yang secara keseluruhan di mulai bulan Januari 2023 mengalami trend kenaikan yang bagus. Peningkatan penjualan secara signifikan dirasakan pada 6 bulan terakhir yaitu pada bulan Januari – Juni 2023. Untuk Penurunan sales penjualan terjadi pada bulan November 2022 , yaitu sebesar 110 Ton. Akan tetapi dibulan desember 2022 mengalami kenaikan lagi 115 Ton sama dengan dibulan Juli 2022. Untuk trend kenaikan dimulai di bulan Januari 2023 sampai bulan Juni 2023 kecenderungan meningkat terus . Hal ini dapat dilihat dari penerapan Strategi Marketing Mix berjalan dengan baik dan memberikan sesuatu hal yang positif bagi perusahaan khususnya di bidang penjualan. Dari data yang masuk dan bisa dibaca untuk peningkatan penjualan produk PT Oxyplast khususnya Powder Coating bisa diterima bagi pelanggan. Didalam persaingan yang super ketat dalam meterebut pasar perlu dilakukan langkah –

langkah yang menunjuk peningkatan berbagai layanan khususnya bagi pelanggan dengan produk perusahaan. Dengan adanya peningkatan penjualan diharapkan keberlangsungan perusahaan bisa terjamin apa yang di idamkan tentang profit yang lebih bagus bisa dirasakan perusahaan dan karyawan bisa bekerja dengan tenang seta kesejahteraan karyawan bisa terjamin.

KESIMPULAN

Dari kesimpulan penelitian ini dengan strategi marketing Mix ini dapat di tarik kesimpulan bahwa :

- 1 Penerapan Strategi marketing mix terhadap product yang dilakukan oleh PT. Oxyplast Indonesia tentang Promosi yaitu:
 - Memberikan potongan harga dengan pembelian jumlah tertentu
 - Memberikan harga yang istimewa apabila menggunakan produk warna baru
 - Memberikan harga di bawa pesaing dengan warna dan kualkitas yang sama
 - Memeberikan merchandise kepada pelanggan dengan harapan bangga menggunakan produk Oxyplast
- 2 Penerapan Strategi marketing mix terhadap product yang dilakukan oleh PT. Oxyplast Indonesia tentang Produk yaitu:
 - Memproduksi powder yang bisa bertahan sampai lebih dari 15 tahun , produk ini biasanya digunakan proyek – proyek gedung bertingkat yang langsung terkena sinar matahari
 - Untuk partikel tektur pasir maupun tekture kulit jeruk menyesuaikan keinginan pelanggan, dengan tidak mengesampingkan produk yang utama
 - Pemberian Logo : Pemberian logo pada kemasan plastik yang ada di dalam dos untuk memuat powder cara ini dimaksudkan akan keaslian produk tersebut dari pemalsuan meskipun dikardusnya sudah tertera Logo maupun merek produknya
 - Kualitas Produk : Untuk mencapai kulaitas produk yang unggul dilakukan pengecekan berkala dan bertahap mulai bahan baku masuk produksi sampai produk yang akan di kirim ke gudang..
- 3 Penerapan Strategi marketing mix terhadap product yang dilakukan oleh PT. Oxyplast Indonesia tentang Harga yaitu:
 - Perekonomian
 - Perusahaan pesaing
 - Biaya
 - Penetapan Harga
- 4 Penerapan Strategi marketing mix terhadap product yang dilakukan oleh PT. Oxyplast Indonesia tentang Distribusi yaitu:
 - Saluran Distribusi Ke Pelanggan Manufacture (Pabrik Langsung)
 - Saluran Distribusi Ke Pelanggan Jasa
- 5 PT. Oxyplast Oxyplast dapat meningkatkan penjualan mulai bulan Januari 2023 sampai bulan Juni 2023 dengan menerapkan Strategi Marketing Mix. Dalam penerapan Strategi Marketing Mix pada PT. Oxyplast Indonesia memberikan hal yang positif terhadap peningkatan sales penjualan Powder Coating PT. Oxyplast Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Sofjan. 2010. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

-
- Daryanto, L. H., dan Hasiholan, L. B. The Influence Of Marketing Mix On The Decision To Purchase Martabak “Setiabudi”Pak Man Semarang. *Journal of Management*, Vol. 5, No. 5, 2019.
- Munawara, Munawara. Startegi Marketing Koran Harian Amanah dalam Menghadapi Persaingan Industri Media Cetak. Diss. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2017.
- Nasriah, S. N. Surat Kabar Sebagai Media Dakwah. *Jurnal Dakwah Tabligh* Vol. 13, No. 2, 2012.
- Selang, C. A. Bauran pemasaran (marketing mix) pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada fresh mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA:Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* Vol. 1, No. 3, 2013.