

Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Outlet Smartphone Samsung di Mall Boemi Kedaton)

¹ Habiburahman *, ² Christian Edbert

^{1,2,3}Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bandar Lampung
Jl. ZA Pagar Alam No. 26 Labuhan Ratu, Kedaton, 35142, Bandar Lampung Indonesia
*e-mail: habiburahman@ubl.ac.id, christian.18011055@student.ubl.ac.id.

Received: 10 Februari 2023, **Revised:** 30 Maret 2023, **Accepted:** 10 April 2023

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pendekatan pemasaran terbaik untuk meningkatkan penjualan toko smartphone Samsung. Analisis SWOT dilakukan untuk menilai situasi. Berdasarkan percakapan tersebut, grafik SWOT Cartesian menunjukkan bahwa kebijakan pertumbuhan agresif adalah strategi yang digunakan dalam situasi ini (strategi berorientasi pertumbuhan), yang mengacu pada dunia industri di mana ada pemimpin pasar dan urutan berikutnya disebut . pemohon Penantang pasar adalah perusahaan yang terus-menerus dan terbuka berusaha meningkatkan pangsa pasarnya.

Kata kunci: Strategi Pemasaran Dan Penjualan.

Abstract

This study aims to determine the best marketing approach to increase Samsung smartphone store sales. A SWOT analysis is carried out to assess the situation. Based on the conversation, the Cartesian SWOT chart shows that an aggressive growth policy is the strategy used in this situation (growth-oriented strategy), which refers to the industrial world where there is a market leader and the next order is called . applicant A market challenger is a company that is constantly and openly trying to increase its market share.

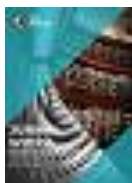
Keywords: Marketing And Sales Strategy.

1 Pendahuluan (or Introduction)

Seiring dengan perkembangan zaman dan zaman modern , *smartphone* telah menjadi salah satu prioritas penting bagi semua orang dewasa dan remaja, dan *smartphone* memiliki banyak merek dan bersaing ketat untuk menarik konsumen untuk memilih produknya. , dan salah satu *smartphone* yang terkenal adalah merek Samsung. , *smartphone*. Samsung merupakan merek *smartphone* yang populer di Bandar Lampung karena keunggulannya seperti kualitas produk yang tahan lama, banyak fitur, mudah dipahami semua kalangan, dan inovasi yang menarik. *Smartphone* Samsung sendiri memiliki banyak jenis seri, mulai dari seri Samsung Galaxy A, J, M, S, Z dan Note, dari *smartphone* Samsung yang murah hingga yang mahal untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Melihat kondisi *persaingan smartphone* di dunia saat ini, dapat dilihat bahwa lingkungan penjualan *smartphone* Samsung di dunia semakin ketat dan bersaing untuk menjadi yang terbaik di antara *smartphone* lainnya . Karena ketatnya persaingan yang terjadi di *pasar smartphone* di dunia, *smartphone* Samsung , sebelum dampak *pandemi COVID-19* di tahun 2019, penjualan Samsung pada kuartal pertama tahun 2019 setidaknya terjual 71,9 juta *smartphone* , daftar ini didasarkan pada IDC (International Data Corporation) yang menerbitkan daftar ponsel terlaris. . (nextren, 2019) Berikut adalah angka penjualan tahun 2019.





Tabel 1 . Data penjualan *smartphone* di dunia pada tahun 2019_

Worldwide Quarterly Smartphone Top 5 Company Shipments, 2019Q1 and 2018Q1 (Shipments in millions)					
Company	1Q19 Shipment Volumes	1Q19 Market Share	1Q18 Shipment Volumes	1Q18 Market Share	Year-Over-Year Change
1. Samsung	71.9	23.1%	78.2	23.5%	-8.1%
2. Huawei	59.1	19.0%	39.3	11.8%	50.3%
3. Apple	36.4	11.7%	52.2	15.7%	-30.2%
4. Xiaomi	25.0	8.0%	27.8	8.4%	-10.2%
5. vivo*	23.2	7.5%	18.7	5.6%	24.0%
5. OPPO*	23.1	7.4%	24.6	7.4%	-6.0%
Others	72.1	23.2%	91.9	27.6%	-21.5%
Total	310.8	100.0%	332.7	100.0%	-6.6%

Source: IDC Quarterly Mobile Phone Tracker, April 30, 2019

Sumber: Nextren, 2019

smartphone Samsung di dunia menjadi yang terbesar pada 2019. Namun, pada 2020, awal penyebaran *virus corona Covid-19* menyebabkan penurunan tajam penjualan *smartphone*. *Samsung* merupakan *smartphone* dengan penurunan penjualan terbanyak. Pada Q2 2020, *Samsung* menjual 54,76 juta *smartphone*, turun 27,1% dari tahun sebelumnya (CNBCI Indonesia, 2020) dan data penjualan 2020.

Tabel 2 . Data Penjualan Ponsel Cerdas Global 2020_

Sumber: CNBC Indonesia, 2020

Table 1. Worldwide Top 5 Smartphone Sales to End Users by Vendor in 2Q20 (Thousands of Units)

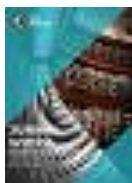
Vendor	2Q20 Units	2Q20 Market Share (%)	2Q19 Units	2Q19 Market Share (%)	2Q20-2Q19 Growth (%)
Samsung	54,759.4	18.6	75,111.8	20.3	-27.1
Huawei	54,125.0	18.4	58,055.7	15.7	-6.8
Apple	38,386.1	13.0	38,522.9	10.4	-0.4
Xiaomi	26,095.2	8.9	33,250.7	9.0	-21.5
OPPO	23,612.1	8.0	28,070.2	7.6	-15.9
Others	97,692.1	33.2	137,282.5	37.1	-28.8
Total	294,669.9	100.0	370,293.9	100.0	-20.4

Due to rounding, some figures may not add up precisely to the totals shown.

Source: Gartner (August 2020)

Oleh karena itu, akibat *pandemi COVID-19* yang berdampak signifikan pada sektor teknologi, *smartphone salah satunya* . *Samsung* tidak cukup dengan membatalkan banyak acara tahunan, tetapi juga menurunkan daya beli penjualan di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Menurut sebuah laporan oleh Sam Mobley, *Samsung Electronics* telah memangkas

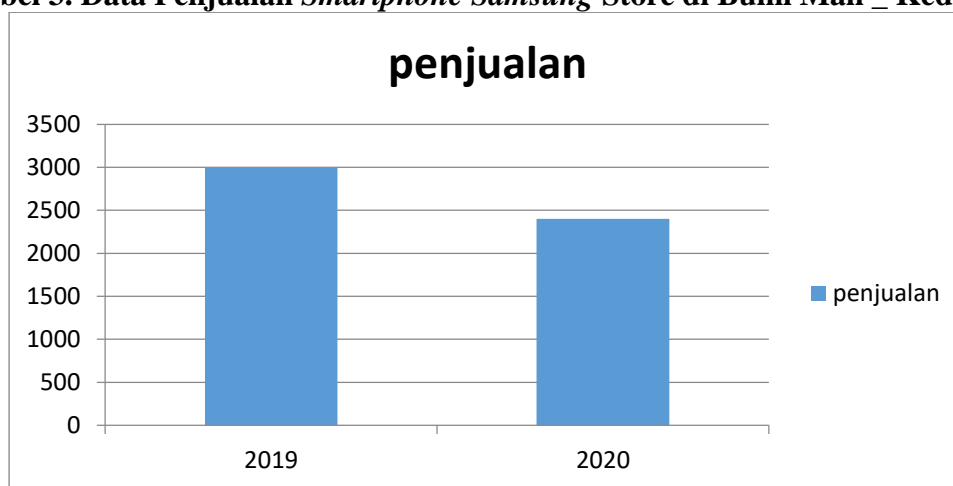




kuota produksi smartphone-nya. *Samsung hanya menjual* model smartphone mid-range dan high-end dalam jumlah terbatas di seluruh dunia, termasuk Indonesia, karena dampak *pandemi COVID-19* (Voi, 2020).

Di Provinsi Bandar Lampung, *di masa pandemi COVID-19, smartphone* menjadi sangat penting bagi masyarakat Bandar Lampung, mulai dari pertemuan online yang mengharuskan para remaja sekolah atau perguruan tinggi memiliki *ponsel pintar* untuk melakukan pekerjaannya. karena *pandemi COVID-19 sudah* dari tahun 2020 hingga 2021. Salah satunya adalah *Samsung yang* berlokasi di Mall Bumi Kedaton, Bandar Lampung. Di bawah ini adalah *grafik penjualan Samsung untuk 2019-2020*.

Tabel 3. Data Penjualan Smartphone Samsung Store di Bumi Mall _ Kedaton



Sumber: *Samsung Store di Bumi Mall. Kedaton*

grafik di atas dapat dilihat bahwa pada tahun 2019 rata-rata terjual 2.600-3.000 unit, namun terjadi penurunan pada tahun 2020, sehingga rata-rata 2.100-2.400 unit terjual akibat *covid-19* . Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengkaji strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan *smartphone Samsung* di Mall Bumi Kedaton pada tahun 2021, sehingga peneliti ingin memberikan judul “Analisis *Strategi Pemasaran Samsung Meningkatkan Penjualan Smartphone di Masa Pandemi Covid-19 pandemi*” .

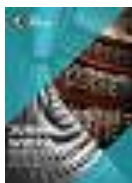
2 Tinjauan Literatur (or Literature Review)

(Menurut Malay S.P. Hasibuan (2012) menyatakan bahwa “manajemen adalah ilmu dan seni mengelola proses pemanfaatan manusia dan sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan”.

Menurut Kotler dan Keller (2009), “Manajemen pemasaran adalah metode untuk mengidentifikasi pasar sasaran dan menarik, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan melalui penciptaan, layanan, dan pendidikan.”

Bauran pemasaran mencakup penggunaan bauran pemasaran untuk mempromosikan produk atau layanan perusahaan kepada pengguna akhir sebagai bagian dari pemasaran. Jika Anda sedang mencari cara mudah untuk mempertahankan target pasar perusahaan Anda, Anda memerlukan bauran pemasaran. (Kotler, 2009).





Menurut Redaputry dan Barusman (2018), strategi adalah tindakan yang membutuhkan sumber daya organisasi dan pengambilan keputusan pada tingkat tertinggi. Menurut Indriyanty (2013), pengurusan strategik merupakan bahagian asas dalam strategi korporat, iaitu keputusan tentang arena perniagaan yang akan dimasuki atau ditinggalkan oleh syarikat. Strategi korporat bertujuan untuk mensinergikan perhubungan merentas unit perniagaan.

3 Metode Penelitian (or Research Method)

(Menurut Yin (2008), dokumen, file, wawancara, dan perangkat fisik adalah contoh data yang dapat dikumpulkan untuk studi kasus. Jadi bagaimana cara mengumpulkannya? data mereka adalah :

- a. Pengamatan
Dia Bekerja Lihat Dengan langsung pada topik untuk belajar ini metode pengumpulan data primer . Riset dipegang di gugus frasa peneliti , termasuk Lihat Dengan Hati-Hati saham perusahaan Steker untuk smartphone Samsung.
- b. Wawancara
Dia komunikasi langsung dengan orang-orang yang terlibat, digunakan untuk memperoleh data. Samsung Smartphone Outlet Marketing diundang untuk berbagi pemikiran Anda tentang penelitian ini. Statistik penjualan untuk 2019 dan 2020 dikumpulkan oleh para peneliti selama wawancara.
- c. Dokumentasi
ini Menggunakan bahan teks salah satu catatan dalam pesan untuk minum Apa metode pengumpulan data _ salah sebuah pilihan _ Peneliti menerima dokumentasi oleh for untuk belajar struktur organisasi perusahaan terbaik menerima Statistik pengurangan Pasang untuk smartphone Samsung.
- d. Siap Pertanyaan
itu adalah metode pengumpulan data , pertanyaan tertutup harus selesai sebaik menjawab di dituduh Dengan oleh untuk memilih salah sebuah kemungkinan jawab _

analisis SWOT

Rangkuti (2008:19) menjelaskan: “Analisis SWOT adalah cara menganalisis peluang, ancaman, dan kekuatan.

4 Hasil dan Pembahasan (or Results and Analysis)

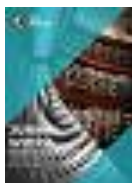
(analisis (*ringkasan analisis faktor strategis internal*)

Apa yang akan diuji dalam analisis ini? ini oleh kekuatan sebaik sebuah kelemahan perusahaan _ siapa yang bisa ? dilihat dari aspek internal.

Tabel Rangkuman Analisis Faktor Strategis Internal Gerai ponsel pintar Samsung

Tidak	faktor internal	Bobot	Klasifikasi	Berat Peringkat x
Kekuatan				
1	Samsung menciptakan produk inovatif yang disukai orang.	0,15	3	0,45
dua	Banyak orang yang	0,10	empat	0,40





	mengatakan bahwa spesifikasi dari kamera smartphone keluaran			
3	Samsung lebih fleksibel.	0,15	3	0,45
empat	Tampilan produk sangat menarik.	0,10	empat	0,40
Subtotal		0,50	dua puluh	1.70
Kelemahan				
sebuah	aplikasi sekunder default	0,15	sebuah	0,15
dua	Rata-rata baterai smartphone Samsung tidak bertahan lama, sehingga perlu sering dicharge.	0,10	dua	0,20
3	Produk Samsung memiliki harga yang tinggi.	0,10	dua	0,20
empat	Ketika sudah selesai servis, kemungkinan akan rusak lagi.	0,15	sebuah	0,15
Subtotal		0,50	6	0,70
Umum		1.00		2.40

Sumber : Data Olahan , 202 2 .

Dari Matriks IFAS untuk Pasang untuk smartphone Samsung memiliki total biaya 2 , 40 . dengan paksa dalam ruangan , evaluasi 2 , 40 termasuk dalam kategori " kuat " di Matriks AI.

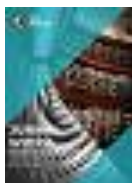
Analisis Di luar (*Rangkuman Analisis Faktor Eksternal Strategis*)

Analisis dieksplorasi eksternal _ dalam penelitian Sekelilingnya di luar Timur di perusahaan , yaitu dalam hal kemungkinan sebaik risiko yang mereka wajah _ Lanjutkan ini detail variabel yang dianalisis : _

Bagan EF AS AS . (*Ringkasan Analisis Faktor Eksternal Strategis*) Toko Smartphone Samsung

Tidak	Faktor eksternal	Bobot	Klasifikasi	Berat Peringkat x
Kemungkinan				
sebuah	Samsung adalah salah satu merek terkuat di pasar internasional.	0,10	3	0,30
dua	Di Indonesia sendiri, service center Samsung dapat ditemukan di berbagai kota, sehingga memudahkan pelanggan yang	0,05	3	0,15





	membutuhkan perbaikan atau pertanyaan.			
3	Banyak investor internasional mempercayai Samsung sebagai mitra bisnis.	0,15	dua	0,30
empat	Permintaan masyarakat terhadap produk teknologi, khususnya Samsung, masih tinggi hingga saat ini.	0,10	3	0,30
Subtotal		0,40		1.05
Ancaman				
sebuah	Ponsel dari merek lain dengan fitur yang bagus	0,15	sebuah	0,15
dua	Ponsel dari merek lain bertahan lebih lama dengan baterai.	0,15	sebuah	0,15
3	Pesaing memiliki harga yang lebih rendah.	0,15	sebuah	0,15
empat	Lokasi pesaing yang lebih strategis	0,15	sebuah	0,15
Subtotal		0,60		0,60
Umum		1.00		1.65

Sumber : data olahan , 2022 .

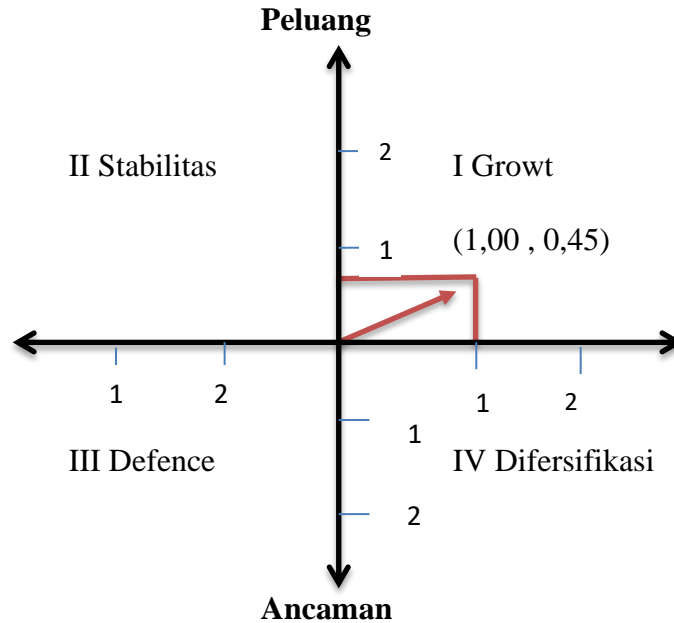
Berdasarkan dengan informasi pada tabel , matriks EFAS Outlet Smartphone Samsung memiliki biaya penuh . 1 . 60 Sementara dengan paksa eksternal , nilai IE matriks 1 , 6 0 termasuk " sangat " kuat "...





Matriks KERJA KERAS

Diagram Matrix SWOT Smartphone Samsung



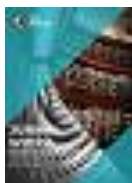
Sumber : Data Diolah, 2022.

SWOT (*kekuatan , kelemahan , peluang , ancaman*)

Tabel Analisis SWOT Toko Smartphone Samsung

EFA	Ya	Kekuatan: a. berbagai produk b. Harga yang dapat diakses c. Produk Terbuat dari Kualitas Terbaik d. lihat produknya sangat menarik	sisi lemah: a. Kekuatan Pemasaran Minimum b. Tempat lain _ perlu dikunjungi kembali c. minuman penting penutup _ diperbaharui d. Layanan yang diberikan _ kepada karyawan
		Kemampuan: 1) Banyak pelanggan tetap _ 2) Steker untuk ponsel cerdas Samsung mencakup pilihan	Strategi OS: 1. Penjualan smartphone Samsung diharapkan dapat mendukung berbagai produk untuk membuat konsumen lebih
			Strategi OV: a) Penjualan smartphone Samsung diharapkan dapat meningkatkan daya pemasaran. Pengerjaan iklan untuk memikat





<p>produk yang unik _</p> <p>3) Rasanya sangat _ Hebat</p> <p>4) pesta minum yang baik</p>	<p>tepat.</p> <p>2. Smartphone Samsung membuat berbagai jenis pilihan last resort untuk menarik konsumen baru di masa pandemi covid19.</p> <p>3. Penjualan smartphone Samsung diharapkan dapat meningkatkan tampilan dan daya tahan produk agar tetap menarik di mata konsumen.</p>	<p>konsumen agar membeli minuman di gerai smartphone Samsung karena sulit membeli bunga di masa pandemi covid19.</p> <p>b) Gerai Smartphone Samsung diharapkan melihat lokasi yang lebih strategis.</p> <p>c) Smartphone Samsung dapat meningkatkan layanan customer-to-consumer dan akan tetap loyal, serta menegakkan protokol kesehatan di kios-kios untuk menjual smartphone Samsung.</p>
<p>Topik:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Toko smartphone Samsung memiliki banyak persaingan 2. kesamaan produk 3. Pesaing gerai smartphone Samsung murah lagi 4. saingan kuat Bekerja pada harga iklan per potong 	<p>Strategi ST:</p> <p>a) Toko Outlet Smartphone Samsung diharapkan dapat memberikan iklan yang lebih baik sehingga tidak sempurna.</p> <p>b) DE Adanya Kesamaan Produk Oleh karena itu, diharapkan Outlet Smartphone Samsung dapat meningkatkan inovasi produk bagi kompetitor lainnya.</p> <p>c) Gerai smartphone Samsung diharapkan menerapkan promosi harga diskon untuk menarik perhatian konsumen.</p>	<p>strategi BT:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Outlet Smartphone Samsung ini diharapkan mampu mendukung harga yang terjangkau selama masa pandemi Covid-19 dan melakukan beberapa unreliable_ dengan persaingan. 2. Smartphone Samsung harus beriklan, serta meningkatkan perhatian karyawan kepada konsumen dengan nyaman, serta menerapkan protokol kesehatan di kios.

Sumber : data olahan , 2022

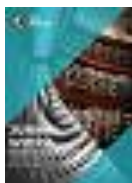
5 Kesimpulan (or Conclusion)

(Berdasarkan uraian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, yang merupakan kesimpulan dari artikel ini, yaitu:

Berdasarkan analisis Cartesian dari grafik SWOT, strategi yang akan diterapkan dalam situasi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (strategi berorientasi pertumbuhan), yang



JURNAL WIDYA This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).



mengacu pada dunia industri di mana terdapat pemimpin pasar, dan urutan berikut disebut penantang pasar.

Referensi (Reference)

- Eppley, A. Lawrence; Lee, Oei Liang. 2010. Pengantar Manajemen. Jakarta: Empat Salemba.
- Asauri, Sofia. 2008. Dasar-dasar manajemen pemasaran, konsep dan strategi. Edisi pertama. Segel keempat. Redaksi Rajawali. Jakarta.
- 2008. Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama, Edisi Kedelapan, Penerbit: Raja Grafindo, Jakarta.
- 2013. Manajemen pemasaran. Jakarta: Rajawali Press.
- Barusman, M. Yusuf S. dan Redaputry, Appin Purisky. Analisis Strategi Bisnis Marley's Cafe Coffee and Resto Tahun 2021 Bandar Lampung. OSF cetakan
- Munadi, Fandi Ahmad. 2009. Analisis strategi pemasaran CV untuk meningkatkan penjualan kendaraan. Turanga Lebih Mesin
- Rankuti, Freddie. 2006. Analisis SWOT: Metode Analisis Kasus Bisnis, PT Gramedia Pustaka Utama. Penerbit: Jakarta.
- .. 2008. Analisis SWOT metode analisis kasus bisnis. Jakarta: Perpustakaan Utama Gramedia
- Redaputry, Appin Puriski dan Barusman, M. Yusuf S. Strategi Pembangunan Ekonomi Provinsi Lampung 2018. Telkom University. Jurnal Manajemen Indonesia (Volume 18(2), hlm. 86–93, 2018).
- R. Terry, George, dan Leslie W. Rue. 2010. Dasar-dasar Manajemen. Jakarta: Literasi Bumi
- Swasta, Basu dan Irvan. 2008. Pemasaran Modern. Yogyakarta: kompensasi untuk kebebasan
- Tambunan, Tulus. 2012. Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu Penting (Jakarta: LP3ES, 2012), hlm. sebelas
- Ulyakh, Nadrotul. 2016. Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan di PT. Bhirawa Steele. Surabaya. Fakultas Ekonomi Perbanas Surabaya.
- Wijaya, Olivia. 2017. Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan di PT. Buana Buana seputih Lampung Tengah.
- Wulan, Sapranya. 2012. Metode Penelitian Bisnis yang Digunakan Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Jurusan Ekonomi Universitas Bandar Lampung.
- Yin, Robert K. 2008. Studi Kasus: Desain dan Metode (Metode Penelitian Sosial Terapan). Illinois: Sage Publications, Inc.

