

BAURAN PEMASARAN PADA NUPOLOS DISTRO KOTA SUKABUMI

Anindya Farah Aurellia¹, Mochamad Arief Firman Nurdin²

Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik Sukabumi

Jalan Babakan Sirna no. 25 Kota Sukabumi, Jawa Barat, Indonesia

waw.anindyafaraha20@gmail.com, elzuhairy@polteksmi.ac.id

Abstrak

Bauran pemasaran merupakan suatu hal yang sangat penting dan berpengaruh terhadap suatu perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan penerapan bauran pemasaran pada NuPolos Distro Kota Sukabumi, apa saja kendala-kendala yang dihadapi dalam penerapan bauran pemasaran dan bagaimana solusi untuk mengatasi kendala-kendala dalam penerapan bauran pemasaran pada NuPolos Distro Kota Sukabumi. Metode penelitian dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui studi pustaka, observasi, dan wawancara langsung dengan pemilik NuPolos Distro Kota Sukabumi. Berdasarkan hasil penelitian ini yaitu bauran pemasaran yang sudah dilakukan pada NuPolos Distro Kota Sukabumi adalah kombinasi *Price* dan *Product*, *Price* dan *Promotion*.

Kata kunci: Bauran Pemasaran

Abstract

The marketing mix is something that is very important and has an influence on a company. This research aims to find out now the marketing mix is implemented at NuPolos Distro Sukabumi City, what obstacles are faced in implementing the marketing mix and what solutions there are to overcome the obstacles in implementing the marketing mix at NuPolos Distro Sukabumi City. The research method was carried out using qualitative descriptive methods through literature study, observation, and direct interviews with the owner of NuPolos Distro Sukabumi City. Based on the results of this research the marketing mix that has been carried out at the NuPolos Distro in Sukabumi City is a combination of Price and Product, Price and Promotion.

Keywords: Marketing Mix

I. PENDAHULUAN

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok bagi manusia yang tidak akan lepas dari kata *fashion*. *Fashion* merupakan istilah yang biasanya dipakai untuk menggambarkan keadaan atau situasi dimana seseorang atau apapun itu yang memakai apa yang sedang menjadi sebuah *trend* pada masa itu. Dunia industri pakaian pada saat ini semakin berkembang pesat seiring makin tingginya kebutuhan masyarakat terhadap produk pakaian.

Di Kota Sukabumi sendiri bisnis pakaian sangatlah menjanjikan karena bisa kita lihat dari banyaknya orang yang membutuhkan pakaian atau *fashion* di Sukabumi, karena hal inilah usaha di bidang industri pakaian berkembang pesat salah satunya adalah Distro. Banyaknya para pelaku usaha

distro di Kota Sukabumi menyebabkan suatu perusahaan harus mengembangkan berbagai strategi bauran pemasarannya, harus lebih kreatif dalam merancang dan memutuskan misi bisnis untuk menarik minat konsumen dan menghadapi persaingan dengan pelaku usaha distro lainnya serta untuk bisa mengantisipasi berbagai macam perubahan yang akan terjadi.

Pelaksanaan strategi bauran pemasaran merupakan salah satu alat untuk mencapai tujuan perusahaan karena strategi ini merupakan gambaran yang akan dilakukan oleh perusahaan di pasar. Pemilik perusahaan perlu memiliki strategi bauran pemasaran yang tepat dalam memasarkan produknya, bentuk strategi bauran pemasaran yang sampai saat ini dipercaya mampu mendukung dalam memasarkan produk adalah penggunaan strategi

bauran pemasaran (*Marketing Mix*) 4P yang meliputi *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat/Lokasi) dan *Promotion* (Promosi).

NuPolos Distro Kota Sukabumi merupakan perusahaan yang bergerak pada industri pembuatan dan perdagangan kaos, hoodie, crewneck, celana dan aksesoris. NuPolos Distro Kota Sukabumi sendiri mulai berdiri sejak tahun 2014 dan masih bertahan sampai saat ini meskipun setiap tahun penjualannya mengalami peningkatan dan penurunan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam Assauri (2018:198) mendefinisikan bauran pemasaran merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen.

Menurut Buchari Alma dalam Suharto (2019:42) bauran pemasaran adalah strategi mengkombinasikan kegiatan-kegiatan marketing, agar tercipta kombinasi maksimal sehingga akan muncul hasil paling memuaskan.

Sumarni dan Soeprihanto dalam Suharto (2019:42) mendefinisikan pengertian bauran pemasaran adalah kombinasi dari variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran yaitu produk, harga, promosi dan distribusi. Dengan kata lain definisi *marketing mix* adalah kumpulan dari variabel yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk dapat mempengaruhi tanggapan konsumen.

Menurut Kotler yang di kutip dari Ratih Hurriyati dalam Nurdin (2022:2) mendefinisikan bauran pemasaran sebagai sekumpulan alat pemasaran taktis yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran.

Menurut Assauri (2018:200) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapat perhatian, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi, yang meliputi barang secara fisik, jasa, kepribadian, tempat, organisasi, dan gagasan atau buah pikiran.

Harga menurut Assauri (2018:223) merupakan satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja.

Penyaluran menurut Assauri (2018:233) merupakan kegiatan penyampaian produk sampai ke tangan si pemakai atau konsumen pada waktu yang tepat. Oleh karena itu, kebijakan penyaluran merupakan salah satu kebijakan pemasaran terpadu yang mencakup penentuan saluran pemasaran (*physical distribution*).

Menurut Assauri (2018:265) menyatakan bahwa promosi adalah usaha perusahaan untuk mempengaruhi dengan merayu (*persuasive communication*) calon pembeli, melalui pemakaian segala unsur acuan pemasaran.

Menurut Assauri (2018:268) mendefinisikan bahwa suatu perusahaan menggunakan acuan/bauran promosi (*promotional mix*) yang terdiri dari:

1. *Advertensi*, merupakan suatu bentuk penyajian dan promosi dari gagasan, barang atau jasa yang dibiayai oleh suatu sponsor tertentu yang bersifat nonpersonal. Media yang sering digunakan dalam *advertensi* ini adalah radio, televisi, majalah, surat kabar, dan *billboard*.
2. *Personal selling*, yang merupakan penyajian secara lisan dalam suatu pembicaraan dengan seseorang atau lebih calon pembeli dengan tujuan agar dapat terealisasinya penjualan.
3. Promosi penjualan (*sales promotion*), yang merupakan segala kegiatan pemasaran selain *personal selling*, *advertensi* dan publisitas, yang merangsang pembelian oleh konsumen dan keefektifan agen seperti pameran, pertunjukan, demonstrasi dan segala usaha penjualan yang tidak dilakukan secara teratur atau kontinyu.
4. Publisitas (*publicity*), merupakan usaha untuk merangsang permintaan dari suatu produk secara nonpersonal dengan membuat, baik yang berupa berita yang bersifat komersial tentang produk tersebut di dalam media tercetak atau tidak, maupun hasil wawancara yang disiarkan dalam media tersebut.

III. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif yang disusun secara deskriptif. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut:

1. Studi Pustaka
Dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku serta literatur yang berhubungan dengan penelitian terutama yang menyangkut dengan bauran pemasaran.
2. Observasi
Yaitu mengumpulkan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung dan mencatat secara sistematis permasalahan yang diteliti pada bauran pemasaran NuPolos Distro Kota Sukabumi.

3. Wawancara
Yaitu proses tanya jawab yang berlangsung dalam penelitian secara lisan antara dua orang atau lebih dengan mendengarkan secara langsung ataupun tidak langsung informasi yang didapat dari pemilik NuPolos Distro Kota Sukabumi.

dalam penawaran kepada konsumen, adalah sebagai berikut:

Tabel 1.
Produk Inti NuPolos Distro Kota Sukabumi

8	Celana Pendek Lotto		S, M, L, XL
---	---------------------	-------------------------------------------------------------------------------------	-------------

Sumber: NuPolos Distro Kota Sukabumi 2023

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Bauran Pemasaran Pada NuPolos Distro Kota Sukabumi

Strategi bauran pemasaran yang dilakukan pada NuPolos Distro Kota Sukabumi adalah bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).

4.1.1 Produk (*Product*)

Produk yang dipasarkan oleh NuPolos Distro Kota Sukabumi adalah berupa kaos, hoodie, crewneck dan celana yang di mana dalam menciptakan produknya NuPolos Distro Kota Sukabumi selalu memperhatikan akan kualitas yang baik digunakan dengan harga yang terjangkau untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan kepuasan para konsumen. Produk yang ditawarkan pada NuPolos Distro Kota Sukabumi sendiri termasuk kedalam tingkatan produk inti, yang menjadi fokus utama

Beberapa hal yang penting diperhatikan dalam menciptakan sebuah produk NuPolos Distro Kota Sukabumi adalah sebagai berikut:

1. Merek (*Brand*)

Ada beberapa merek produk yang dipasarkan oleh NuPolos Distro Kota Sukabumi untuk memenuhi kebutuhan para konsumennya, adalah sebagai berikut:

Tabel 2.
Daftar Merek Produk NuPolos Distro Kota Sukabumi

No.	Merek Produk	Jenis Produk
1	NuPolos	Kaos <i>T-Shirt</i> Polos
		Kaos <i>Longsleeve</i> Polos
		Kaos <i>T-Shirt</i> NuPolos <i>Custom</i>
		<i>Hoodie</i>
		<i>Crewneck</i>
2	Hobbies	Kaos <i>T-Shirt</i> Musik

Sumber: NuPolos Distro Kota Sukabumi 2023

No.	Nama Produk	Jenis Produk	Ukuran
1	Kaos T-Shirt Polos		S, M, L, XL, XXL
2	Kaos Longsleeve Polos		S, M, L, XL, XXL
3	Kaos T-Shirt NuPolos Custom		S, M, L, XL
4	Kaos T-Shirt Musik		S, M, L, XL, XXL, XXXL
5	Hoodie		S, M, L, XL, XXL
6	Crewneck		S, M, L, XL, XXL
7	Celana Pendek Fleece		S, M, L, XL

2. Kemasan (*Packaging*)

Pada setiap pembelian produknya, kemasan yang digunakan oleh NuPolos Distro Kota Sukabumi untuk produknya yaitu menggunakan kantung pouch dan kantung keresek sebagai kemasan luar agar produk lebih terlihat rapi dan aman.



Gambar 1. Kemasan *Pouch*
Sumber: NuPolos Distro Kota Sukabumi



Gambar 2. Kemasan Keresek
Sumber: NuPolos Distro Kota Sukabumi

3. Kualitas (Mutu Produk)

NuPolos Distro Kota Sukabumi tentunya sangat menjaga kualitas pada produk-produknya, yang bertujuan untuk menjaga citra pandangan para konsumennya terhadap kualitas produk-produk yang dipasarkan oleh NuPolos Distro Kota

No.	Nama Produk	Jenis Bahan
1	Kaos <i>T-Shirt</i> Polos	<i>Cotton Combad 24s & 30s</i>
2	Kaos <i>T-Shirt</i> NuPolos <i>Custom</i>	<i>Cotton Combad 30s</i>
3	Kaos <i>Longsleeve</i> Polos	
4	Kaos <i>T-Shirt</i> Musik	
5	<i>Hoodie</i>	PE Fleece
6	<i>Crewneck</i>	
7	Celana Pendek Fleece	Lotto
8	Celana Pendek Lotto	

Sukabumi. Berikut adalah bahan yang digunakan oleh NuPolos Distro Kota Sukabumi pada produk-produk yang dipasarkannya, sebagai berikut:

Tabel 3.

Daftar Bahan Produk NuPolos Distro Kota Sukabumi

Sumber: NuPolos Distro Kota Sukabumi 2023

4. Pelayanan (*Services*)

NuPolos Distro Kota Sukabumi sendiri selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumennya dari mulai menawarkan produk sampai dengan proses pembelian dan penyerahan produk secara langsung (*offline*) maupun secara tidak langsung (*online*) melalui sosial media atau market place milik NuPolos Distro Kota Sukabumi. Hal tersebut bertujuan untuk memberikan kepuasan yang memenuhi harapan konsumen pada saat dilayani sehingga dapat memberikan rasa nyaman pada saat konsumen berbelanja.

4.1.2 Harga (*Price*)

Harga yang diberikan pada produk-produk yang dipasarkan oleh NuPolos Distro Kota Sukabumi adalah harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat. Adapun berikut daftar harga produk NuPolos Distro Kota Sukabumi:

Tabel 4.
Daftar Harga Produk NuPolos Distro Kota Sukabumi

No.	Nama Produk	Harga Produk
1	Kaos <i>T-Shirt</i> Polos 30s	Rp 50.000
2	Kaos <i>T-Shirt</i> Polos 24s	Rp 60.000
3	Kaos <i>T-Shirt</i> NuPolos <i>Custom</i>	Rp 100.000
4	Kaos <i>Longsleeve</i> Polos	Rp 70.000
5	Kaos <i>T-Shirt</i> Musik	Rp 80.000
6	<i>Hoodie</i>	Rp 120.000
7	<i>Crewneck</i>	Rp 120.000
8	Celana Pendek Fleece	Rp 65.000

9	Celana Pendek Lotto	Rp 50.000
---	---------------------	-----------

Sumber: NuPolos Distro Kota Sukabumi 2023

4.1.3 Tempat/Saluran (Place/Distribution Channel) Distribusi

NuPolos Distro Kota Sukabumi berada Jl. R.A. Kosasih No. 48 Kota Sukabumi, yang dapat terbilang ramai kendaraan maupun masyarakat sekitar karena di sebelah kanan dan kiri sepanjang jalannya terdapat toko-toko, rumah makan maupun pemukiman warga sekitar. Lalu lintas di Jl. R.A. Kosasih pada umumnya padat namun lancar, sehingga tidak terjadi kemacetan yang cenderung dihindari oleh konsumen.

Akses menuju NuPolos Distro Kota Sukabumi cukup mudah untuk didatangi, karena yang lokasinya berada di tepi jalan raya.

Pola saluran distribusi yang digunakan oleh NuPolos Distro Kota Sukabumi yaitu menggunakan saluran distribusi langsung, dimana NuPolos Distro Kota Sukabumi melakukan penyaluran langsung dari produsen ke konsumen mulai dari produsen menawarkan produknya sampai dengan konsumen melakukan pembelian dan pembayaran terhadap produk yang ditawarkan.

4.1.4 Promosi (Promotion)

Adapun beberapa strategi promosi yang dilakukan oleh NuPolos Distro Kota Sukabumi adalah sebagai berikut:

1. Advertensi

NuPolos Distro Kota Sukabumi memasarkan produknya menggunakan media sosial miliknya yaitu *Instagram*, *Facebook*, *WhatsApp* dan *TikTok* yang dilakukan setiap harinya, sebagai alat yang dijadikan untuk menginformasikan mengenai produk-produk yang ada. NuPolos Distro Kota Sukabumi juga mengiklankan produknya melalui akun media sosial *Instagram* tentang inspirasi OOTD (*Outfit Of The Day*) Sukabumi dan juga melalui akun media sosial teman-teman atau kerabat terdekat.



Gambar 3. Periklanan NuPolos Distro Kota Sukabumi

Sumber: NuPolos Distro Kota Sukabumi



Gambar 3. Periklanan NuPolos Distro Kota Sukabumi

Sumber: NuPolos Distro Kota Sukabumi

2. Personal Selling

Penjualan pribadi yang dilakukan oleh NuPolos Distro Kota Sukabumi dilakukan dengan cara mulut ke mulut (*word of mouth*), yang biasa dilakukan oleh konsumen yang sudah menjadi langganan yang sudah sangat mengenal produk-produk NuPolos Distro Kota Sukabumi, teman-teman terdekat, pegawai NuPolos Distro Kota Sukabumi dan masyarakat sekitar toko NuPolos Distro Kota Sukabumi. Promosi dengan cara ini terbukti lebih cepat sampai kepada calon konsumen sehingga mudah ditarik untuk membeli produk-produk NuPolos Distro Kota Sukabumi.

3. Promosi Penjualan (Sales Promotion)

NuPolos Distro Kota Sukabumi melakukan promosi penjualan untuk merangsang menarik pembelian oleh calon konsumen yang dilakukan dengan cara melakukan promo *bundling* pada akhir tahun untuk pembelian kaos *t-shirt* polos yang sudah termasuk dengan celana dengan harga promo Rp. 85.000 dan NuPolos Distro Kota Sukabumi juga menetapkan potongan harga yang berlaku untuk seluruh produk

NuPolos Distro Kota Sukabumi sebesar 10%-20% untuk konsumen yang membeli produk banyak atau lebih dari satu lusin dan potongan harga sebesar Rp. 5000 untuk konsumen yang sudah menjadi langganan.

Dese mber	200	87	47	29	21	184
Total	2400	776	517	289	216	1798

Sumber: NuPolos Distro Kota Sukabumi 2023

4.1.5 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pada NuPolos Distro Kota Sukabumi

Bauran pemasaran (*marketing mix*) yang sudah dilakukan pada NuPolos Distro Kota Sukabumi yaitu kombinasi *Price* dan *Product* merupakan pemotongan harga sebesar 10%-20% pada setiap pembelian banyak atau lebih dari satu lusin dan pemotongan harga sebesar Rp. 5000 untuk konsumen yang sudah menjadi langganan pembelian produk NuPolos Distro Kota Sukabumi.

NuPolos Distro Kota Sukabumi juga melakukan kombinasi *Price* dan *Promotion* adalah dengan mengadakan promo *bundling* yang dilakukan pada akhir tahun untuk pembelian kaos *t-shirt* yang sudah dikombinasikan dengan celana yang dijual secara bersama-sama dengan harga Rp. 85.000. Hal ini dilakukan agar lebih menarik perhatian konsumen untuk membeli produk NuPolos Distro Kota Sukabumi.

Berikut adalah rekapitulasi penjualan produk pada NuPolos Distro Kota Sukabumi periode Januari s.d Desember 2022.

Tabel 5.
Data Penjualan Produk Kaos Pada NuPolos Distro Kota Sukabumi Tahun 2022

Bulan	Tar get	Jenis Kaos				Realis asi Penju alan
		Pol os	Longsl eeve	Cust om	Mu sik	
Januar i	200	63	27	24	19	333
Febru ari	200	77	19	31	13	140
Maret	200	46	29	14	23	112
April	200	60	53	25	12	150
Mei	200	69	84	24	20	197
Juni	200	58	33	29	25	145
Juli	200	53	28	20	14	115
Agust us	200	79	56	23	19	177
Septe mber	200	59	54	25	15	153
Oktob er	200	64	38	19	16	137
Nove mber	200	61	49	26	19	155

Tabel 6.
Data Penjualan *Hoodie* dan *Crewneck* Pada NuPolos Distro Kota Sukabumi Tahun 2022

Bulan	<i>Hoodie</i>		<i>Crewneck</i>	
	Targe t	Realisasi Penjual an	Targe t	Realisasi Penjual an
Januari	150	98	150	74
Februari	150	106	150	87
Maret	150	117	150	82
April	150	112	150	76
Mei	150	93	150	85
Juni	150	87	150	68
Juli	150	90	150	60
Agustus	150	95	150	74
Septemb er	150	80	150	93
Oktober	150	76	150	106
Novemb er	150	68	150	96
Desembe r	150	83	150	76
Total	1800	1105	1800	977

Sumber: NuPolos Distro Kota Sukabumi 2023

Tabel 7.
Data Penjualan Produk Celana Pada NuPolos Distro Kota Sukabumi Tahun 2022

Sumber: NuPolos Distro Kota Sukabumi 2023

Dari beberapa tabel di atas dapat dilihat bahwa hasil penjualan dari produk kaos mencapai 1798 pcs, pada produk hoodie mencapai 1105 pcs, pada produk crewneck mencapai 977 pcs dan pada produk celana mencapai 675 pcs.

Dari data di atas dapat terlihat bahwa hasil penjualan produk NuPolos Distro Kota Sukabumi selama tahun 2022 yang paling tinggi penjualannya adalah pada produk kaos dan produk yang paling rendah penjualannya adalah pada produk celana.

4.2 Kendala-Kendala Bauran Pemasaran yang dihadapi oleh NuPolos Distro Kota Sukabumi

Adapun kendala-kendala dari bauran pemasaran yang dihadapi oleh NuPolos Distro Kota Sukabumi adalah sebagai berikut:

1. Produk (*Product*)

Kendala pada produk NuPolos Distro Kota Sukabumi yaitu desain pada kaos t-shirt yang kurang menarik dan variasi warna produk yang terbilang sama dengan kompetitor pesaing yang sejenis.

2. Harga (*Price*)

Kendala pada harga produk NuPolos Distro Kota Sukabumi yaitu tidak dapat menetapkan harga yang lebih tinggi dari harga yang saat ini, karena pada zaman saat ini konsumen cenderung menginginkan harga produk yang terjangkau akan tetapi dengan kualitas produk yang baik.

3. Tempat/Saluran Distribusi (*Place/Distribution Channel*)

Kendala pada tempat yang dihadapi oleh NuPolos Distro Kota Sukabumi yaitu tidak memiliki tempat khusus untuk parkir sehingga konsumen mengalami kesulitan untuk memarkir kendaraannya.

4. Promosi (*Promotion*)

Kendala dalam promosi yang dihadapi oleh NuPolos Distro Kota Sukabumi yaitu tidak memiliki biaya khusus untuk melakukan promosi melalui koran, radio dan televisi sehingga promosi yang dilakukan belum maksimal.

5. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Kendala pada bauran pemasaran yang telah dilakukan oleh NuPolos Distro Kota Sukabumi yaitu masih kurang dalam melakukan pemasaran terhadap menginformasikan promo yang sedang diadakan khususnya pada promo *bundling*

Bulan	Target	Jenis Celana		Realisasi Penjualan
		Fleece	Lotto	
Januari	150	31	27	58
Februari	150	48	15	63
Maret	150	29	19	48
April	150	33	11	44
Mei	150	51	14	65
Juni	150	34	16	50
Juli	150	25	17	42
Agustus	150	36	21	57
September	150	47	19	66
Oktober	150	30	13	43
November	150	38	15	53
Desember	150	41	45	86
Total	1800	443	232	675

yang dilakukan pada produk NuPolos Distro Kota Sukabumi.

4.3 Solusi-Solusi yang dilakukan untuk mengatasi kendala dalam meningkatkan penjualan pada NuPolos Distro Kota Sukabumi

Setelah mengetahui kendala-kendala yang sedang didapati oleh NuPolos Distro Kota Sukabumi, maka adapun solusi yang dapat dilakukan dalam mengatasi kendala-kendala tersebut, antara lain sebagai berikut:

1. Produk (*Product*)

NuPolos Distro Kota Sukabumi melakukan inovasi pada desain produk kaos *t-shirt* dengan membuat desain yang lebih menarik dan menambah variasi warna pada produk-produk NuPolos Distro Kota Sukabumi, terutama pada kaos *t-shirt* polos.

2. Harga (*Price*)

NuPolos Distro Kota Sukabumi pada saat ini tetap mempertahankan harga jual yang ditetapkan karena agar harga yang telah ditetapkan tersebut dapat tetap terjangkau semua kalangan, serta dapat mempertahankan konsumen yang sudah menjadi langganan. NuPolos Distro Kota Sukabumi juga memberikan potongan harga

(*discount*) kepada konsumen yang membeli dengan jumlah banyak atau lebih dari satu lusin sebesar 10%-20% dan potongan harga sebesar Rp. 5.000 kepada konsumen langganan.

3. Tempat/Saluran (Place/Distribution Channel) Distribusi NuPolos Distro Kota Sukabumi mengusahakan sedikit lahan yang ada untuk dijadikan tempat parkir dan meminta izin kepada ruko-ruko maupun toko-toko sekitar NuPolos Distro Kota Sukabumi untuk ikut memarkir kendaraan konsumen yang datang.
4. Promosi (*Promotion*) NuPolos Distro Kota Sukabumi lebih memaksimalkan promosi melalui media sosial yang ada seperti *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp* dan *TikTok*, serta memberikan stiker kepada setiap pembelian produknya sebagai salah satu strategi promosinya yang biasanya oleh konsumen ditempelkan pada kendaraan maupun helm konsumen yang datang, yang bertujuan agar NuPolos Distro Kota Sukabumi lebih luas di kenal lagi sehingga dapat mendatangkan calon konsumen.
5. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Solusi yang dilakukan atas kendala bauran pemasaran yang dihadapinya yaitu dengan melakukan pemasaran lebih maksimal lagi terhadap menginformasikan promo *bundling* yang sedang berlangsung, seperti dengan menginformasikan melalui sosial media setiap harinya selama promo masih berlangsung dan menginformasikan kepada teman/kerabat dekat, konsumen langganan maupun masyarakat sekitar NuPolos Distro Kota Sukabumi. Hal tersebut dilakukan agar lebih banyak lagi untuk mendatangkan calon konsumen.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian mengenai bauran pemasaran pada NuPolos Distro Kota Sukabumi dapat diketahui beberapa kesimpulan, yaitu sebagai berikut:

1. Bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dilaksanakan oleh NuPolos Distro Kota Sukabumi adalah yang terdiri dari 4P yaitu Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), dan Promosi (*Promotion*). Bauran pemasaran yang sudah dilakukan pada

NuPolos Distro Kota Sukabumi yaitu kombinasi *Price* dan *Product*, NuPolos Distro Kota Sukabumi juga melakukan kombinasi *Price* dan *Promotion*.

2. Faktor kendala yang dihadapi oleh NuPolos Distro Kota Sukabumi adalah desain pada produk yang kurang menarik dan variasi warna yang sama dengan pesaing, tidak dapat menetapkan harga lebih tinggi dari harga saat ini, tidak memiliki tempat khusus untuk parkir, tidak memiliki biaya khusus untuk melakukan promosi dan kendala pada bauran pemasaran yang sudah dilakukan yaitu masih kurang melakukan pemasarannya.
3. Solusi dari kendala yang dihadapi oleh NuPolos Distro Kota Sukabumi yaitu melakukan inovasi pada desain dan warna produk, tetap mempertahankan harga yang ditetapkan saat ini, memanfaatkan sedikit lahan yang ada dan meminta izin pada ruko serta toko sekitar untuk ikut memarkir dan melakukan promosi lebih maksimal lagi melalui sosial media NuPolos Distro Kota Sukabumi setiap harinya serta mempergunakan stiker sebagai alat promosi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dikemukakan beberapa saran dari penulis mengenai bauran pemasaran pada NuPolos Distro Kota Sukabumi yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan, serta adapun beberapa saran antara lain:

1. Seharusnya untuk lebih menarik perhatian konsumen, sebaiknya NuPolos Distro Kota Sukabumi menambah variasi produk dengan menghadirkan lebih banyak lagi pilihan warna atau desain dengan gaya yang lebih beragam sesuai *trend* terkini, sehingga akan dapat memberikan opsi lebih kepada konsumen.
2. Sebaiknya NuPolos Distro Kota Sukabumi dapat menambah program-program promosi agar lebih menarik lagi konsumen untuk membeli produk yang dipasarkan. Seperti dengan mengadakan potongan harga pada hari-hari besar, potongan harga seperti saat 8.8 *sale* dan mengadakan promo pembelian dengan konsep hanya dengan bayar dua kaos sudah dapat tiga kaos (*buy two get one*). NuPolos Distro Kota Sukabumi juga sebaiknya membuat konten-konten video yang sedang menjadi *trend*

- terkini sehingga lebih menarik perhatian konsumen lagi terutama pada sosial media tiktok NuPolos Distro Kota Sukabumi.
3. Ada baiknya untuk dilakukan penambahan fasilitas seperti menambah tempat duduk bagi konsumen sehingga konsumen dapat berbelanja dengan lebih nyaman.

REFERENSI

- [1] Aditama, Angger Roni, "Pengantar Manajemen: Teori dan Aplikasi", Kepanjen: AE Publishin, 2020.
- [2] Astuti, Miguna dan Amanda, Rizkita, "Pengantar Manajemen Pemasaran", Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- [3] Assauri, Sofjan, "Manajemen Pemasaran", Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2018.
- [4] Alimin, Erina, dkk., "Manajemen Pemasaran", Lombok Barat: Seval Literindo Kreasi, 2022.
- [5] Ariyanto, Aris, dkk., "Manajemen Pemasaran", Bandung: Widina Bhakti Persada, 2023.
- [6] Novitasari, Erna, "Dasar-Dasar Ilmu Manajemen", Yogyakarta: Penerbit Anak Hebat Indonesia, 2021.
- [7] Ngatno, "Manajemen Pemasaran", Semarang: EF. Press Digimedia, 2018.
- [8] Nurdin, Firman, Arief, "Bauran Pemasaran Pada Siliwangi Trans Shuttle Di Kota Sukabumi", Jurnal SEMNASTERA (Seminar Nasional Teknologi dan Riset Terapan), 2022.
- [9] Rizal, Achmad, "Buku Ajar Manajemen Pemasaran", Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- [10] Siregar, Edison, "Pengantar Manajemen & Bisnis", Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021.
- [11] Satriadi, dkk., "Manajemen Pemasaran", Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2021.
- [12] Sholikah, dkk., "Manajemen Pemasaran", Cirebon: Penerbit Insania, 2021.
- [13] Suharto, Babun, "Manajemen Pemasaran Syariah", Yogyakarta: Bildung, 2019.
- [14] Terry, R. George dan Kue, L. W., "Dasar-Dasar Manajemen", Jakarta: Bumi Aksara, 2019.
- [15] Wibowo, Andi, Radna, "Manajemen Pemasaran", Semarang: Semarang University, 2019.
- [16] Yulianti, Farida, dkk., "Manajemen Pemasaran", Sleman: CV. Budi Utama, 2019.
- [17]