

**PENERAPAN BAURAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN  
PENJUALAN PADA HFDe SIBERO KABANJAHE**  
(Studi Kasus: Usaha FotoCopy dan Alat Tulis Kantor).

**Frans Antoni Sihite<sup>1)</sup>, Benni Purba<sup>2)</sup>**

**Aikel Harapenta Sembiring<sup>3)</sup>, Melky Sedek Surbakti<sup>4)</sup>\***

<sup>1),2),3)4)</sup>\* Program Studi Manajemen Fakultas Sosial dan Hukum Universitas Quality Berastagi

Email: [franssihite86@gmail.com](mailto:franssihite86@gmail.com)

**Abstrak**

Penelitian ini dilaksanakan di HFDe Sibero beralamat di Jl. Kota Cane Simpang Pajak Singa Kabanjahe Kabupaten Karo. Tujuan penelitian ini adalah Untuk Mengetahui Bagaimana Penerapan Bauran Pemasaran Untuk meningkatkan Penjualan pada HFDe Sibero Kabanjahe (Studi Kasus: Usaha FotoCopy dan Alat Tulis Kantor). Setiap perusahaan atau usaha dalam melakukan aktivitasnya khususnya di bidang pemasaran harus mampu membuat segmentasi perusahaannya atau usahanya juga harus mampu memahami tentang Bauran Pemasaran(Marketing Mix). Karena output dari suatu usaha adalah kemampuan menjual produk atau jasa mereka. Karena jika kita mampu bersaing di pasar otomatis penjualan kita meningkat. Jenis penelitian yang digunakan peneliti dalam hal ini adalah penelitian deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini agar dapat mengembangkan teori-teori yang diterapkan pada data yang sudah diperoleh. Jenis data penelitian yang dipakai adalah data primer dan data sekunder. Metode Pengumpulan Data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi dan kepustakaan. Teknik Analisa Data yang dilakukan adalah dengan reduksi data, hasil dari reduksi data akan disajikan dalam bentuk naratif tanpa melebihkan dan mengurangi informasi yang didapat di lapangan. Dalam analisa data adalah membuat interpretasi data, dengan cara memasukkan pengalaman pribadi yang bisa menjadi makna yang berasal dari perbandingan antara temuan dengan informasi yang diperoleh dari literatur. Pada Penarikan Kesimpulan disini Data-data yang telah diterangkan dan dijabarkan dalam bentuk narasi kemudian penulis gunakan untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditemukan.

**Kata kunci:** Penerapan-Bauran Pemasaran\_Penjualan\_HFDe Sibero

*Abstract*

*This research was conducted at HFDe Sibero located at Jl. Kota Cane Simpang Pajak Singa Kabanjahe Karo Regency. The purpose of this study is to find out how the implementation of the Marketing Mix to increase sales at HFDe Sibero Kabanjahe (Case Study: Photocopy and Office Stationery Business). Every company or business in carrying out its activities, especially in the marketing sector, must be able to segment its company or business must also be able to understand the Marketing Mix. Because the output of a business is the ability to sell their products or services. Because if we are able to compete in the market, our sales will automatically increase. The type of research used by researchers in this case is qualitative descriptive research used in this study in*

*order to develop theories that are applied to the data that has been obtained. The type of research data used is primary data and secondary data. Data Collection Methods are carried out by means of observation, interviews, documentation and literature. The Data Analysis Technique used is data reduction, the results of data reduction will be presented in narrative form without exaggerating and reducing the information obtained in the field. In data analysis is making data interpretation, by entering personal experiences that can be meaning derived from the comparison between findings with information obtained from the literature. In the Conclusion Drawing here, the data that has been explained and described in narrative form is then used by the author to answer the formulation of the problem that has been found.*

**Keywords:** *Marketing Mix Implementation\_Sales\_HFDe Sibero*

## PENDAHULUAN

Perusahaan atau usaha yang bisa maju dan berkembang harus mampu menguasai apa yang diinginkan oleh pelanggannya/pasarnya. Oleh karena itu untuk bisa menguasai pasar dalam hal ini pelanggan atau konsumen, pengusaha atau sering disebut Manajemen Pemasaran harus mengerti tentang segmentasi pasar dan Bauran Pemasaran serta pemasaran itu sendiri. Menurut Riyoko(2020:3) Pemasaran merupakan kegiatan untuk menciptakan, memperkenalkan dan menyerahkan barang dan jasa kepada konsumen dan perusahaan lain<sup>1</sup>. Begitu juga harus kita perhatikan segmentasi pasarnya siapa? Menurut Nasib( 2019) Segmentasi pasar adalah pengelompokan pasar menjadi kelompok-kelompok konsumen yang homogen, dimana tiap kelompok (bagian) dapat dipilih sebagai pasar yang dituju (ditargetkan) untuk pemasaran suatu produk. Jadi pengusaha harus mampu mengelompok-

kelompokkan pelanggannya<sup>2</sup>. Menurut Isoraite (2016) dalam Sitinjak (2020:113) menyatakan bahwa bauran pemasaran atau *marketing mix* merupakan strategi produk, penetapan harga, distribusi dan promosi dengan menyalurkannya ke pasar sasaran<sup>3</sup>.

Setiap perusahaan atau usaha dalam melakukan aktivitasnya khususnya di bidang pemasaran harus mampu membuat segmentasi perusahaannya atau usahanya juga harus mampu memahami tentang Bauran Pemasaran(*Marketing Mix*). Karena output dari suatu usaha adalah kemampuan menjual produk atau jasa mereka. Karena jika kita mampu bersaing di pasar otomatis penjualan kita meningkat.

Berdasarkan uraian dan latar belakang masalah di atas, maka tim penelitian dari Prodi. Manajemen Universitas Quality Berastagi(UQB) tertarik untuk melakukan penelitian di HFDe Sibero dengan judul penelitian adalah: "*Penerapan Bauran*

1. Riyoko Sisno. (2020:3). *Dasar-dasar Pemasaran*. cetakan I. Penerbit:CV. Markumi Yogyakarta.

<sup>2</sup> Nasib. Ratih Amelia. Indawati Lestari (2019). *Dasar Pemasaran*. Penerbit: Deepublish CV. Budi Utama, Yogyakarta

<sup>3</sup> Sitinjak, etc. (2020:113). *Manajemen Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Penerbit: CV. Media Sains Indonesia, Bandung-Jawa Barat.

*Pemasaran Untuk meningkatkan Penjualan Pada HFDe Sibero Kabanjahe”(Studi Kasus: Usaha FotoCopy dan Alat Tulis Kantor ).*

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat di rumuskan masalahnya adalah : Bagaimana penerapan Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada HFDe Sibero? (Studi Kasus: Usaha FotoCopy dan Alat Tulis Kantor)

Tujuan penelitian yang dilakukan oleh tim dari Prodi. Manajemen Universitas Quality Berastagi adalah: Untuk mengetahui bagaimana penerapan Bauran Pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada HFDe Sibero Kabanjahe.

Pendekatan pemecahan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif yaitu suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari orang (subyek) itu sendiri.

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif adalah pengamatan, wawancara, atau penelaahan dokumen. Objek penelitian yang digunakan adalah “Penerapan Bauran Pemasaran Untuk meningkatkan Penjualan pada HFDe Sibero Kabanjahe” (Studi Kasus: Usaha FotoCopy dan Alat Tulis Kantor ).

Hasil Penelitian Sebelumnya

Adapun penelitian yang di ambil oleh penulis adalah:

Penelitian Sulaiman, Ririn Dwi Lestari(2020) yang berjudul: “ Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Mie Ayam Bakso Podomoro”, di Desa Lubuk Seberuk Kecamatan Lempuing Jaya OKI SUMSEL  
<sup>4</sup>Dengan melakukan strategi- strategi pemasaran

ternyata sangat berpengaruh terhadap volume penjualan Mie Ayam Bakso PODOMORO sehingga dari mulai membuka sampai sekarang selalu mengalami peningkatan penjualan. Walaupun tingkat volume penjualannya selalu mengalami peningkatan penjualan, namun harus selalu melakukan inovasi pada produknya agar tidak kalah saing/ketinggalan zaman dari para pesaingnya sehingga pelanggannya tidak pindah ketempat pesaing.

Penelitian selanjutnya dari Made Resta Handika, Agus Fredy Maradona, Gede Sri Darma (2018) yang berjudul: “Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instragram”.<sup>5</sup> Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran The Night Market Café & Coworking Space beralih dari cara konvensional ke Instagram marketing yaitu, pertama karena kemajuan teknologi, konsumen lebih condong menggunakan sosial media Instagram, kedua dengan menggunakan sosial media marketing khususnya Instagram bisa lebih menekan cost dalam pembiayaan marketing, Ketiga dengan memanfaatkan influencer lebih meningkatkan pemasaran di Instagram, dan memberikan dampak positif terhadap kemajuan The Night Market Café & Co- Working Space, terakhir peran variabel tempat / place dalam marketing mix bisa membuat pengunjung untuk datang kembali ke The Night Market Café & Co-working Space karena The Night Market Café & Co-Working Space ini memberikan dan menyuguhkan interior dan suasana tempat yang menarik bagi konsumen dan harganya juga sesuai dengan kantong konsumen.

---

Seberuk Kecamatan Lempuing Jaya OKI SUMSEL)  
Jurnal Adminika Volume 6. No. 1, Januari - Juni 2020

<sup>5</sup> Resta, made et. Al.(2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instragram. Jurnal Manajemen Bisnis. Volume 15 No 2.

<sup>4</sup> Sulaiman , Ririn Dwi Lestari “ Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Mie Ayam Bakso Podomoro(Studi Kasus Desa Lubuk

Penelitian Nella Syatifah Rachman (2018) dengan judul: “Analisa Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Mebel Pada UD. Cahaya Kandilo di Kabupaten Paser”.<sup>6</sup> Metode yang digunakan adalah metode analisis deskriptif kualitatif. Judul penelitian dan lokasi penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel bauran pemasaran (marketing mix) yaitu variabel produk dan promosi terhadap penjualan mebel.

#### Pemasaran

Menurut Saleh (2019:1) Pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara menguntungkan organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi.<sup>7</sup>

Menurut Napitupulu (2021:195), Bauran Pemasaran (Marketing Mix) merupakan sebuah perangkat yang akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran bagi sebuah perusahaan, dan semua ini di tunjukkan untuk memberikan kepuasan kepada segmen pasar atau konsumen yang dipilih.<sup>8</sup> Pada hakekatnya bauran pemasaran (marketing mix) adalah mengelola unsur-unsur bauran pemasaran supaya dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan tujuan dapat menghasilkan dan menjual

produk dan jasa yang dapat memberikan keputusan kepada konsumen.

Menurut Yulianti (2019:5), Konsep penjualan berpendapat bahwa konsumen, dengan dibiarkan begitu saja, organisasi harus melaksanakan upaya penjualan dan promosi yang agresif.<sup>9</sup>

#### METODA

Penelitian ini dilakukan oleh peneliti pada HFDe Sibero Jl. Kota Cane Simpang Pajak Singa Kabanjahe Kabupaten Karo Propinsi Sumatera Utara. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober s/d Januari 2024.

Jenis penelitian yang digunakan peneliti dalam hal ini adalah penelitian deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini agar dapat mengembangkan teori-teori yang diterapkan pada data yang sudah diperoleh. Menurut Nugrahani (2014) Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang dapat digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang berasal dari masalah-masalah sosial atau kemanusiaan.<sup>10</sup>

Penulis memilih orang yang bertanggung jawab terhadap berlangsungnya aktivitas di HFDe Sibero dalam proses pekerjaannya/aktivitasnya setiap hari.

Menurut Kusumastuti dan Mustamil (2019) Teknik sampling mengacu pada teknik yang digunakan oleh peneliti untuk menentukan jenis dan sumber datanya.<sup>11</sup>

<sup>6</sup> Rachman, N.S.(2018). *Analisa Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Mebel Pada UD. Cahaya Kandilo di Kabupaten Paser*. *eJournal Administrasi Bisnis*, 64.

<sup>7</sup> Saleh, Muhammad Yusuf dan Miah Said. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Penerbit: CV. Sah Media

<sup>8</sup> Napitupulu, Sabar., Nirwana Tapiomas., dan Riduan Tobink.(2021). *Manajemen Pemasaran: Pendapat-pendapat para ahli*. Cetak kedua. Penerbit: Atalya Rileni Sudeco, Jakarta, Anggota IKAPI.

<sup>9</sup> Yulianti, Farida., Lamsah., Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan pertama. Penerbit: Deepublish. CV. Budi Utama, Yogyakarta.

<sup>10</sup> Nugrahani, Farida. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif, dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta. Universitas Sebelas Maret Press.

<sup>11</sup> Kusumastuti, Adhi. Ahmad Mustamil Khoiron. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Penerbit: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo Semarang

Untuk penelitian kualitatif, teknik yang digunakan biasanya bersifat sampling bertujuan yaitu purposive sampling, dalam teknik purposive sampling, perlu dijelaskan kriteria penentuan jenis dan jumlah data serta penentuan sumber datanya.

## Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi di lapangan dengan mengetahui strategi yang dilakukan dalam mempertahankan suatu usaha Fotocopy dan Alat Tulis Kantor (ATK) pada HFDe Sibero. Wawancara, Dokumentasi

**Teknik Analisa Data** yang dilakukan adalah Reduksi Data, Penyajian Data dan Interpretasi Data

### Penarikan Kesimpulan

Data-data yang telah diterangkan dan dijabarkan dalam bentuk narasi kemudian penulis gunakan untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditemukan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi dan Objek Penelitian

Penelitian ini kami dari Prodi. Manajemen Fakultas SOSHUM Universitas Quality Berastagi (UQB) ditugaskan oleh LPPM UQB untuk melakukan penelitian di HFDe Sibero Kabanjahe dengan judul "Penerapan Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada HFDe Sibero Kabanjahe (Studi Kasus: Usaha FotoCopy dan Alat Tulis Kantor)". Usaha mitra dalam hal ini HFDe Sibero ini memiliki banyak usaha seperti rental mobil, menyewakan sound system serta alat musik, fotocopy serta alat tulis kantor dan lainnya. Pada kesempatan ini kami dari tim penelitian UQB hanya membahas dibidang FotoCopy dan Alat Tulis Kantor (ATK) karena keterbatasan waktu, biaya dan tenaga. Usaha HFDe Sibero

merupakan usaha keluarga ayah, ibu dan anak.

### Analisis Data

Dalam penelitian ini tim peneliti akan melakukan wawancara untuk mendapatkan informasi tentang penerapan Bauran Pemasaran di HFDe Sibero Kabanjahe.

### Bauran Pemasaran dan Volume Penjualan



**Gambar 1:** Tim Peneliti dari Prodi Manajemen UQB berdiskusi dengan tim mitra di HFDe Sibero Kabanjahe

Bauran pemasaran adalah strategi produk, promosi, dan penentuan harga yang bersifat unik serta dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pasar yang dituju. Namun kini hal tersebut semakin berkembang tidak hanya dalam hal product, promotion, dan price,., Namun juga mengenai place, process, dan physical evidence".

**Peneliti:** "Pada kesempatan ini tim kami bapak Benni Purba mewawancarai kepada bapak Diky Tarigan sebagai pimpinan tentang apa yang melatar belakangi bapak Diky membuka usaha tersebut?"

**Jawaban Bapak Diky:** "Awalnya saya bekerja disebuah percetakan di Binjai, kemudian kami pindah dari Binjai ke Kabanjahe ini, saya lihat peluang membuka fotocopy dan menjual Alat Tulis Kantor disini sangat bagus melihat pada saat itu belum ada yang membuka fotocopy disini sementara

sekolah dan kantor pemerintahan ada disini, artinya prospeknya bagus”.

“Pada Kesempatan ini juga tim kami bertanya dalam hal ini Bapak **Benni Purba** mewawancarai Bapak Diky Aryansyah Tarigan tentang cara meningkatkan volume penjualan”.

**Jawaban Bapak Diky A. Tarigan:**” Strategi kami dalam meningkatkan penjualan dengan memperkenalkan di tempat arisan, Gereja, Pesta secara langsung dan mempertahankan kualitas produk dan pelayanan yang sudah baik”.

(Wawancara ini dilakukan di HFDe Sibero Senin, 04/11/2024, Jam 09.15 WIB)

Dari hasil wawancara sebaiknya dalam hal promosi HFDe Sibero sudah selayaknya menggunakan digitalisasi seperti penggunaan WhatsApp

### 1. **Product (Produk/Barang/Jasa)**

Produk merupakan segala bentuk yang ditawarkan ke pasar untuk digunakan atau dikonsumsi sehingga bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar. Keinginan pasar tersebut bisa berupa fisik, jasa, orang, organisasi dan ide. Produk adalah hasil dari kegiatan produksi perusahaan anda yang nantinya akan di jual oleh perusahaan anda juga. Atau produk bisa jadi berupa barang yang dibeli oleh perusahaan anda untuk kemudian dijual kembali kepada konsumen atau customer anda. Produk atau jasa yang dihasilkan haruslah memiliki kualitas dan keunikan yang mampu meningkatkan daya saing produk atau jasa tersebut di pasaran.

Ditempat terpisah tapi masih di area usaha HFDe Sibero

**Peneliti:** “Pada kesempatan ini tim kami bapak Frans Antoni Sihite bertanya kepada ibu Letmin R. Br Kaban, yang wawancarai tentang produk, produk apa yang dijual,

bagaimana kemasan serta kualitasnya dan yang lainnya”.

**Jawaban Ibu Letmin R. Br Kaban:** “Produk yang kami jual tentu berhubungan dengan yang dibutuhkan konsumen/pelanggan yang berhubungan dengan perlengkapan kantor seperti kertas, pulpen yang sering disebut dengan Alat Tulis Kantor(ATK), begitu juga yang berhubungan dengan fotocopy, kalau soal kualitas produk yang kami sediakan/jual sampai saat ini belum ada yang komplain(protes)”.

(Wawancara dilakukan pada 04/11/2024, Jam 09.30 WIB)

“Pada kesempatan yang sama secara kebetulan ada konsumen yang berbelanja disitu, dan pada kesempatan itu juga tim kami Aikel Harapenta Sembiring(mahasiswa) bertanya tentang kualitas produk, konsumen/pelanggan tersebut menjawab bahwa kualitas produk yang kami beli tidak ada permasalahan, dan dia(konsumen) mengatakan kami yang berhubungann dengan ATK disini selalu kami berbelanja(HFDe Sibero), sampai sekarang belum ada permasalahan tentang kualitas”.

(Wawancara dilakukan pada 04/11/2024, Jam 10.00 WIB)

Dalam hal ini HFDe Sibero sudah cukup bagus tapi selayaknya tetap mengikuti perkembangan jaman apa yang dingini oleh konsumen seperti tempat produk/bungkusnya dan lainnya.

### 2. **Price (Harga)**

Harga yang dimaksud adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh user atau klien anda untuk mendapatkan produk yang anda tawarkan. Dengan kata lain, seseorang akan membeli barang jika pengorbanan yang dikeluarkan (yaitu uang dan waktu) sesuai dengan manfaat yang ia ingin dapatkan dari produksi barang atau jasa yang ditawarkan

oleh perusahaan anda tersebut. Jadi fokus anda terkait poin ini adalah bagaimana caranya anda dapat membuat pelanggan atau calon pembeli.

**Peneliti:** *“Pada kesempatan ini juga tim dari peneliti dari UQB bertanya kepada salah satu karyawan HFDe Sibero yang bernama Meiji Tarigan tentang harga dan discout/potongan harga yang diberikan kepada konsumen”.*

**Jawaban Bapak Meiji Tarigan:** *“Harga produk seperti alat tulis kantor dan memfotocopy yang kami berikan kepada konsumen sesuai dengan harga pasar, jadi untuk discount, bonus, potongan harga belum ada kami berikan kepada konsumen/pelanggan”*

(Wawancara dilakukan 04/11/2024, Jam 10.15 WIB)

*“Juga pada hari yang sama ada yang berbelanja serta memfotocopy ke HFDe Sibero, salah seorang tim kami yang bernama Oby Heber Tarigan bertanya kepada konsumen tersebut tentang harga dan discount. Dia(konsumen) itu menjawab bahwa harga yang diberikan tidak memberatkan karena sama dengan harga yang di tempat lain juga disekitaran Kabanjahe, kalau bonus, potongan harga belum pernah diberikan kepada saya”.*

(Wawancara dilakukan 04/11/2024, Jam 10.15 WIB)

Dari segi harga sebaiknya HFDe Sibero tidak hanya cukup dengan harga yang berlaku dipasar, tapi dengan melakukan discout, potongan harga, bonus(kalau membeli partai besar) ada bonusnya, ini perlu untuk menarik minat pelanggan/konsumen tentu satu cara untuk meningkatkan volume penjualan

### 3. *Place* (Saluran Distribusi)

Tempat atau lokasi yang strategis akan menjadi salah satu keuntungan bagi

perusahaan karena mudah terjangkau oleh konsumen, namun sekaligus juga menjadikan biaya rental atau investasi tempat menjadi semakin mahal.

**Peneliti:** *“Pada kesempatan ini juga tim dari peneliti Bapak Benni Purba mewawancarai salah satu karyawan HFDe Sibero yang bernama Eikel S. Barus yang berhubungan dengan tempat (saluran distribusi)”.*

**Jawaban Bapak Eikel S. Barus:** *“Kalau dikatakan tempat kami berusaha(HFDe Sibero) tempatnya strategis karena dekat dengan rumah sekolah seperti SMK Negeri 1 Kabanjahe dan Kantor Dinas Perhubungan, tetapi usaha yang sejenis juga bermunculan sehingga menyebabkan mengurangi pelanggan, kalau pelanggan dari luar daerah ini belum kami jangkau karena kami hanya menunggu konsumen yang datang, jadi perluasan pelanggan ke daerah lain belum kami lakukan”.*

(Wawancara dilakukan pada 04/11/2024, Jam 10.30WIB)

Selain tempat yang nyaman juga untuk meningkatkan/menambah saluran distribusi perlu pelayanan yang baik dengan menggunakan WhatsApp, si pelanggan tidak perlu lagi datang ke HFDe Sibero, tapi karyawan yang menjemputnya ke tempat pelanggan tentu informasi itu dengan menggunakan WhatsApp

### 4. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan suatu aktivitas dan materi yang dalam aplikasinya menggunakan teknik, dibawah pengendalian penjual/produsen, yang dapat mengkomunikasikan informasi persuasif yang menarik tentang produk yang ditawarkan oleh penjual/produsen, baik secara langsung maupun melalui pihak yang dapat mempengaruhi pembelian.

**Peneliti:** Pada kesempatan ini tim penelitian kami Bapak Frans Antoni Sihite mewawancarai salah seorang karyawan HFDe Sibero yang bernama Putri A. Bangun, yang berhubungan dengan Promosi yang dilakukan oleh HFDe Sibero.

**Jawaban Ibu Putri A. Bangun:** “Kalau promosi yang kami lakukan hanya seputar merek dan spanduk yang ada di toko/usaha kami, kemudian promosi dari orang ke orang yang sudah pernah datang berbelanja ke tempat kami”.

(Wawancara dilakukan pada 04/11/2024, Jam 10.30 WIB)

“Juga pada hari yang sama ada yang berbelanja serta memfotocopy ke HFDe Sibero, salah seorang tim kami yang bernama Melky Sedek bertanya kepada konsumen tersebut tentang promosi (darimana dia tahu ada usaha fotocopy dan menjual ATK disini).

**Dia(konsumen)** itu menjawab bahwa keberadaan usaha HFDe Sibero ada disini adalah adanya merek mereka serta informasi dari teman saya”.

(Wawancara dilakukan pada 04/11/2024, Jam 10.30 WIB)

Sekarang promosi tidak cukup hanya plang merek/spanduk, tapi sudah waktunya HFDe Sibero menggunakan WhatsApp bisnis untuk melakukan promosi agar *market share* semakin luas, tentu volume penjualan juga semakin meningkat.

##### 5. **People (Orang/Sumber Daya Manusia/SDM)**

*People* merupakan aset utama dalam organisasi/industri, terlebih lagi proyek yang merupakan karyawan dengan *performance* tinggi. *Attitude* sangat penting dapat diaplikasikan dalam berbagai bentuk, seperti penampilan karyawan, suara dalam bicara, *body language*, ekspresi wajah, dan tutur kata. Sedangkan motivasi karyawan diperlukan

untuk mewujudkan penyampaian pesan dan jasa yang ditawarkan pada level yang diekspetasikan.

**Peneliti:** “Pada kesempatan ini tim penelitian kami Bapak Benni Purba mewawancarai pimpinan HFDe Sibero yaitu Bapak Diky Aryansyah Tarigan, yang berhubungan dengan *People*(SDM/Karyawan) yang ada HFDe Sibero yang berhubungan dengan kinerja dan pelayanan”.

**Jawaban Bapak Diky Aryansyah Tarigan:** “ *People (Karyawan/SDM)* kami, dalam hal ini kami sampaikan jangan sempat mengecewakan konsumen baik dari segi kualitas produk kita, komunikasi harus tetap diusahakan yang terbaik karena pembeli itu adalah raja. Misalnya jika ada kesalahan kita dalam hal memfotocopy misalnya langsung minta maaf dan ganti/perbaiki kesalahan itu, jangan sempat konsumen kecewa”.

(Wawancara dilakukan pada 04/11/2024, Jam 10.45 WIB)

“Pada kesempatan itu pula salah seorang tim kami yang bernama Aikel Sembiring(mahasiswa) bertanya kepada seorang **konsumen** yang pas memfotocopy disana(namanya tidak mau disebutkan), mengatakan dia sudah lama menjadi pelanggan di sini(HFDe Sibero), kalau dari segi pelayanan karyawannya bagus, belum pernah saya kecewa, mereka semuanya ramah”.

(Wawancara dilakukan 04/11/2024, Jam 10.45 WIB)

SDM sudah cukup bagus karakternya ramah, sopan dan lainnya, tapi HFDe Sibero perlu juga melatih SDM nya penggunaan WhatsApp bisnis untuk meningkatkan pelayanan, jika perlu kita(HFDe Sibero) yang mengantar pesanan pelanggan dan menjemput produk yang mau dicetak seperti undangan, buku dan lain sebagainya.

## 6. *Process (Proses)*

Process, mutu layanan jasa sangat bergantung pada proses penyampaian jasa kepada konsumen. Mengingat bahwa penggerak perusahaan jasa adalah karyawan itu sendiri, maka untuk menjamin mutu layanan (*quality assurance*), seluruh operasional perusahaan harus dijalankan sesuai dengan sistem dan prosedur yang terstandarisasi oleh karyawan yang berkompotensi, berkomitmen, dan loyal terhadap perusahaan tempatnya bekerja. Selain itu, ada satu elemen penting dalam pengembangan bisnis anda yang tak kalah penting, yaitu pembuatan SOP (Standard Operasional Procedure) yang jelas bagi sistem kerja di perusahaan. Anda dan anda perlu mengkomunikasikannya dengan baik pada seluruh pegawai anda agar mereka dapat melaksanakan seluruh SOP-nya dengan baik tanpa kendala.

**Peneliti:** *"Pada kesempatan ini tim penelitian kami Bapak Frans Antoni Sihite mewawancarai salah satu karyawan HFDe Sibero yang berhubungan dengan pemesanan bahan baku yaitu Bapak Obaja Tarigan, yang berhubungan dengan bahan baku yang digunakan di HFDe Sibero"*.

**Jawaban Bapak Obaja Tarigan:** *"Dalam hal pemesanan bahan baku biasaya mereka yang sudah sebagai langganan kami dari Kota Medan, mereka datang satu minggu satu kali, jika ada yang "urgent" misalnya pada saat tahun pelajaran atau ada acara-acara yang lain sehingga banyak pesanan dari masyarakat, kita sudah tahu bulan-bulannya seperti bulan Natal(Desember) maka palin lama satu bulan sebelumnya sudah kita order/pesan, kemudian pesanan yang dilakukan oleh konsumen (misalnya waktu tiga hari selesai dicetak misalnya undangan, fotocopy dan lainnya) sampai sekarang belum pernah*

*konsumen komplain. Tapi kalau SOP(Standard Operating Procedure=serangkaian instruksi tertulis yang dibakukan) belum kami buat, mungkin kedepan akan kami buat berkat bimbingan dari bapak(UQB)"*.

(Wawancara dilakukan pada 04/11/2024, Jam 11.00 WIB)

*"Pada kesempatan ini tim kami Bapak Benni Purba bertanya kepada pelanggan yang sedang mencetak undangan pesta(yang namanya tidak mau disebutkan), mengatakan kalau soal waktu saya tidak pernah kecewa karena mereka tepat waktu, karena saya dan teman saya sudah sering disini mencetak undangan, memfotocoy dari tempat kerja dalam partai besar, sampai sekarang saya belum pernah kecewa baik dari segi waktu dan kualitas serta pelayanan"*.

(Wawancara dilakukan 04/11/2024, Jam 11.00 WIB)

Walaupun pelanggan belum pernah komplain, sebaiknya untuk mengembangkan usahanya dan memperluas pasar pelanggannya, agar pekerjaan itu berjalan secara efektif perlu dibuatkan SOP(Standard Operating Procedure=serangkaian instruksi tertulis yang dibakukan)

## 7. *Physical Evidence(Bukti Fisik)*

Perhatikan terhadap interior, perlengkapan bangunan, termasuk *lightning system*, dan tata ruang yang lapang menjadi perhatian penting dan dapat mempengaruhi mood pengunjung.

**Peneliti:** *"Pada kesempatan ini Bapak Frans Sihite melakukan wawancara kepada salah seorang konsumen yang mencetak undangan disitu yang bernama Fajar Hidayat, yang diwawancari tentang keberadaan fisik HFDe Sibero"*.

**Jawaban Saudara Fajar Hidayat:** *"Saya merupakan salah satu langganan tetap HFDe*

*Sibero, saya senang berbelanja disini karena tempatnya yang strategis dipinggir jalan raya, parkir nyaman, tempat bersih, pelayanannya bagus”.*

Begitu juga pertanyaan yang sama diajukan tim kami kepada seorang konsumen yang bernama Josua Sitanggung, “*mengatakan tempatnya(HFDe Sibero) bagus, nyaman bersih dan pelayanannya ramah serta bersahabat”.*

( Wawancara dilakukan pada tanggal 04/11/2024, Jam 11.30 WIB)

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Tim penelitian dari Prodi. Manajemen UQB di HFDe Sibero Kabanjahe, dapat disimpulkan bahwa HFDe Sibero dalam pelaksanaan Bauran Pemasaran dalam meningkatkan penjualan masih ada yang perlu dilengkapi yaitu dalam penggunaan digital dalam hal ini adalah WhatsApp dalam mempromosikan produknya juga dengan adanya WhatsApp sebaiknya tim HFDe Sibero sistem jemput dan antar produk ke pelanggan harus dilakukan untuk meningkatkan penjualan.

### **Saran**

Dari hasil penelitian setelah ditarik kesimpulan maka dapat disarankan perlunya melakukan penggunaan alat teknologi dalam hal ini penggunaan WhatsApp dalam hal mempromosikan , menjual dan mengkomunikasikan kepada konsumen baik pelanggan maupun calon pelanggan, ini merupakan salah satu cara untuk merebut konsumen.

## **DAFTAR PUSTAKA**

[1] Pedoman LPPM UQB (2023) *Buku Panduan dan Format penyusunan Pengabdian Kepada*

*Masyarakat dan Penelitian Universitas Quality Berastagi*

[2] Riyoko Sisno. (2020:3). *Dasar-dasar Pemasaran*. cetakan I. Penerbit:CV. Markumi Yogyakarta.

[3] Nasib. Ratih Amelia. Indawati Lestari (2019). *Dasar Pemasaran*. Penerbit: Deepublish CV. Budi Utama, Yogyakarta

[4] Sitinjak, etc. (2020:113). *Manajemen Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Penerbit: CV. Media Sains Indonesia, Bandung-Jawa Barat.

[5] Sulaiman , Ririn Dwi Lestari “ Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Mie Ayam Bakso Podomoro(Studi Kasus Desa Lubuk Seberuk Kecamatan Lempuing Jaya OKI SUMSEL) *Jurnal Adminika* Volume 6. No. 1, Januari - Juni 2020

[6] Resta, made et. Al.(2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Volume 15 No 2.

[7] Rachman, N.S.(2018). *Analisa Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Mebel Pada UD. Cahaya Kandilo di Kabupaten Paser. eJournal Administrasi Bisnis, 64.*

[8] Saleh, Muhammad Yusuf dan Miah Said. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Penerbit: CV. Sah Media

[9] Napitupulu, Sabar., Nirwana Tapiomas., dan Riduan Tobink.(2021). *Manajemen Pemasaran: Pendapat-pendapat para ahli*. Cetak kedua. Penerbit: Atalya Rileni Sudeco, Jakarta, Anggota IKAPI.

[10] Yulianti, Farida., Lamsah., Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan pertama. Penerbit: Deepublish. CV. Budi Utama, Yogyakarta.

[11] Nugrahani, Farida. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif, dalam Penelitian*

*Pendidikan Bahasa*. Surakarta. Universitas  
Sebelas Maret Press.

[12].Kusumastuti, Adhi. Ahmad Mustamil  
Khoiron. (2019). *Metode Penelitian  
Kualitatif*. Penerbit: Lembaga Pendidikan  
Sukarno Pressindo Semarang  
**Foto Pelaksanaan Penelitian**



**Foto 2: Tim berangkat dari kampus UQB**



**Foto 3: Tim lagi observasi dan wawancara**



**Foto 4: Tim sedang diskusi bagian  
keuangan HFDe Sibero**