

ANALISA PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DALAM RANGKA MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PT. ANUGERAH PRIMA ENERGI.

Muhammad Ridho Zinedine Dauly^{1*}

¹Universitas Widya Kartika

Abstrak

Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Rangka Meningkatkan Loyalitas Pelanggan PT. Anugerah Prima Energi. Penelitian ini bertujuan menerapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di PT. Anugerah Prima Energi. Jenis Penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk bahan bakar solar di PT. Anugerah Prima Energi, penelitian deskriptif ini mendapatkan hasil analisa data dengan metode analisa SWOT, strategi pemasaran yang dapat diterapkan untuk perusahaan PT. Anugrah Prima Energi dalam meningkatkan loyalitas pelanggannya, yaitu: (a) Membenahi sumber daya manusia (SDM) internal yang baik, (b) Menjaga kepercayaan konsumen, (c) Mempertahankan kualitas produk, (d) Melakukan strategi penetrasi pasar, (e) Melakukan strategi meningkatkan kualitas pelayanan dan memberi harga yang kompetitif. Target jangka panjang yang dapat dilakukan PT. Anugrah Prima Energi adalah memperluas target pasar di setiap wilayah, dimulai dengan cara pembukaan cabang untuk pembantu penjualan bahan bakar solar yang akan ditempatkan di setiap wilayah Indonesia sehingga dapat dijangkau oleh seluruh pelosok yang ada di wilayah.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Loyalitas Pelanggan.

Abstract

This study aims to implement marketing strategies to up grade customer loyalty at PT. Anugerah Prima Energi. This type of research is descriptive qualitative. The population of this research is consumers who use diesel fuel products at PT. Anugerah Prima Energi, this descriptive study obtained the results of data analysis with the SWOT analysis method, a marketing strategy that can be implementade by PT. Anugerah Prima Energi to up grade customer loyalty, such as : (a) Fixing good internal human resources (HR), (b) Maintaining consumer trust, (c) Maintaining product quality, (d) Conducting market penetration strategies, (e) Conducting a strategy to improve service quality and provide competitive prices. Long-term targets that can be done by PT. Anugrah Prima Energi is expanding its target market in each region, starting with the opening of branches to help sell diesel fuel which will be placed in every region of Indonesia so that it can be reached by all corners in the region.

Keywords: Marketing Strategy, Customer Loyalty.

1. PENDAHULUAN

Pada saat ini banyaknya pembangunan-pembangunan dengan menggunakan alat berat untuk membangun sebuah proyek, yang mana alat berat tersebut membutuhkan solar industri untuk dipakai, maka PT. Anugerah Prima Energi ini yang menyalurkan solar untuk alat berat ke industri-industri yang membutuhkan tersebut. Setiap Perusahaan membutuhkan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat menarik dan meningkatkan loyalitas Pelanggan. Terutama pada saat ini, dimana dunia usaha selalu mengalami perkembangan dan perubahan, sehingga menuntut perusahaan untuk dapat merespon perubahan-perubahan yang terjadi tersebut dengan cepat dan tepat. Strategi pemasaran atau marketing memegang peranan yang sangat penting dalam sebuah bisnis, tetapi sering kali strategi pemasaran ini tidak diprioritaskan. Marketing tidaklah sama dengan jualan karena dalam marketing bukan hanya mengenai penjualan saja. Banyak yang kurang menyadari bahwa penerapan strategi pemasaran produk yang benar akan memberikan efek yang kuat terhadap perusahaan atau bisnis yang sedang dibangun. Dalam merancang strategi pemasaran, perusahaan harus selalu berorientasi kepada pelanggan mulai dari menemukan produk yang diinginkan oleh pelanggan, motif dan kebiasaan membeli serta menentukan harga sesuai dengan daya beli pelanggan, menentukan saluran distribusi dan akhirnya menentukan program strategi pemasaran dalam usaha meningkatkan loyalitas pelanggan.

KAJIAN PUSTAKA

a. Strategi pemasaran

Upaya perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu. Strategi Pemasaran memiliki peran penting dalam suatu perusahaan karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan, baik harga barang maupun jasa. Tujuan perusahaan untuk bertahan dan berkembang hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba perusahaan dengan cara menguasai pasar perusahaan

dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualannya.

a. Loyalitas pelanggan

Loyal berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Kesetiaan ini timbul tanpa adanya paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri pada masa lalu. Usaha yang dilakukan untuk menciptakan kepuasan konsumen lebih cenderung mempengaruhi sikap konsumen. Sedangkan konsep loyalitas konsumen lebih menekankan kepada perilaku pembeliannya.

c. Analisis SWOT

Sebuah metode perencanaan strategis untuk mengevaluasi suatu bisnis usaha. Analisis ini melibatkan penentuan tujuan usaha dan mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang baik untuk mencapai tujuan usaha.

d. Implementasi pemasaran

Proses yang mengubah strategi dan rencana pemasaran menjadi tindakan pemasaran untuk mencapai sasaran. Implementasi mencakup aktivitas sehari-hari, dari bulan ke bulan yang secara efektif melaksanakan rencana pemasaran. Bidang manajemen pemasaran menitikberatkan pada kegiatan untuk meraih pasar sehingga produk barang atau jasa yang dihasilkan dapat diterima oleh konsumen dengan baik.

1. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian Metode Penelitian berbentuk deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Lokasi Penelitian Penelitian ini dilakukan di PT. Anugerah Prima Energi yang berada di Royal Park Residence F-21, Surabaya - Jawa Timur. Adapun alasan memilih lokasi penelitian tersebut yaitu lokasi yang mudah dijangkau oleh peneliti, mudah untuk mendapatkan data yang diperlukan, adanya keterbatasan biaya, waktu, dan tenaga yang dimiliki oleh peneliti. Dan yang menjadi pertimbangan lain yaitu industri ini mempunyai usaha yang potensial, karena produk yang dihasilkan bagus namun

*)Penulis Korespondensi

terkendala dalam memasarkan produknya. Hal inilah yang menjadi pertimbangan peneliti untuk memilih lokasi tersebut sebagai objek penelitian. Metode Pengumpulan Data Wawancara. Observasi. Penilaian Kepustakaan. Metode Analisa Analisis SWOT. SWOT adalah suatu bentuk analisis di dalam manajemen perusahaan atau di dalam organisasi yang secara sistematis dapat membantu dalam usaha penyusunan suatu rencana yang matang untuk mencapai tujuan, baik itu tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang.

Tabel SWOT Internal dan Eksternal

Kekuatan (<i>strengths</i>)	Kelemahan (<i>weakness</i>)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Hubungan baik dengan mitra kerja. 2. Menyediakan solar yang berkualitas. 3. Pembayaran dengan jangka waktu (kredit). 4. SDM yang handal <i>Networking</i> perusahaan luas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lemahnya loyalitas konsumen. 2. Pelayanan yang kurang memuaskan. 3. Kredit macet.
Peluang (<i>opportunities</i>)	Ancaman (<i>threats</i>)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembangunan infrastruktur yang cukup tinggi 2. Harga jual bersaing 3. Banyak pabrik-pabrik yang menggunakan solar 4. Ketergantungan masyarakat modern pada sumber energi yang tidak dapat diperbaharui Jumlah SPBU yang ada masih belum cukup. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Para pesaing yang sejenis. 2. Anggapan kualitas yang ditawarkan lebih rendah dibanding <u>competitor</u>. 3. Tidak stabilnya pertumbuhan ekonomi nasional.

2. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan menerapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di PT. Anugerah Prima Energi. Jenis Penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk bahan bakar solar di PT. Anugerah Prima Energi, penelitian deskriptif ini mendapatkan hasil analisa data dengan metode analisa SWOT, strategi pemasaran yang dapat diterapkan untuk perusahaan PT. Anugerah Prima Energi dalam meningkatkan loyalitas pelanggannya,

yaitu : (a) Membenahi sumber daya manusia (SDM) internal yang baik, (b) Menjaga kepercayaan konsumen, (c) Mempertahankan kualitas produk, (d) Melakukan strategi penetrasi pasar, (e) Melakukan strategi meningkatkan kualitas pelayanan dan memberi harga yang kompetitif. Target jangka panjang yang dapat dilakukan PT. Anugerah Prima Energi adalah memperluas target pasar di setiap wilayah, dimulai dengan cara pembukaan cabang untuk pembantu penjualan bahan bakar solar yang akan ditempatkan di setiap wilayah Indonesia sehingga dapat dijangkau oleh seluruh pelosok yang ada di wilayah

Daftar Pustaka

- Amanah, D. (2011). Pengaruh Promosi dan Brand Image (Citra Produk) Terhadap Loyalitas Pembelian Produk Pepsodent di Ramayana Plaza Jalan Aksara Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*,
- Assauri, Sofjan. 2011. Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Buchari Alma, , 2004, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Edisi Revisi, Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.
- Burhan Bungin, 2008, Penelitian Kualitatif, Jakarta, Kencana Prenada Media Group
- David, Fred, R. 2011. Strategic Management Manajemen Strategi Konsep, Edisi 12, Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, P. (2009). Manajemen Pemasaran Terjemahan, Edisi 13. Jakarta: Erlangga
- _____.Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.

*)Penulis Korespondensi