Volume 3 Issue 1, Februari 2025
ISSN (Online): 2988-7437
http://ojs.unwaha.ac.id/index.php/bep

Analisis 7PS of Marketing Mix Strategy Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Anaka Buket Jombang

*Dhira Riswandha, Khotim Fadhli
Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, Indonesia

ARTICLE INFORMATION

KEYWORD:
Anaka Buket Jombang, Strategi Pemasaran 7P, Volume Penjualan
DOI:
10.32764/bep.v3i1.1481

This Journal is licensed under a Creative Commons Attribution ShareAlike 4.0 International License.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran 7P (7Ps of Marketing Mix) yang diterapkan dalam meningkatkan volume penjualan Anaka Buket Jombang. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif. Sumber data diperoleh dari data primer dan data sekunder dengan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan mendeskripsikan dan menganalisis berdasarkan kerangka teori dan Teknik keabsahan data yang digunakan adalah dengan menggunakan triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Anaka Buket Jombang memenuhi unsur bauran pemasaran (marketing mix) yang meliputi product, price, promotion, people, dan process serta memiliki pengaruh dalam meningkatkan volume penjualan. Sedangkan strategi place dan physical evidence tidak memiliki pengaruh dalam meningkatkan volume penjualan. Rekomendasi hasil penelitian yakni Anaka Buket Jombang perlu memiliki toko offline yang lebih layak agar meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan pelanggan, memberikan pengalaman membeli yang lebih baik, mempermudah interaksi, memberikan pelayanan penuh baik online maupun offline.

ABSTRACT

This study aims to analyze the 7P marketing strategy (7Ps of Marketing Mix) applied in increasing the sales volume of Anaka Buket Jombang. The approach used is qualitative. Data sources are obtained from primary data and secondary data using observation, interviews, and documentation. The analysis technique used is descriptive analysis by describing and analyzing based on the theoretical framework and the data validity technique used is by using triangulation. The results of the study indicate that the Anaka Buket Jombang strategy fulfills the elements of the marketing mix which include product, price, promotion, people, and process and has an influence on increasing sales volume. While the place and physical evidence strategies have no influence on increasing sales volume. The recommendation of the research results is that Anaka Buket Jombang needs to have a more feasible offline store in order to increase credibility and customer trust, provide a better buying experience, facilitate interaction, provide full service both online and offline.

How to Cite:
Riswandha, D., & Fadhli, K. (2025) Analisis 7PS of Marketing Mix Strategy Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Anaka Buket Jombang, 3 (1), 34-49.

***Author Correspondent:** Dhira Riswandha
Email : dhirariswandha27@gmail.com

PENDAHULUAN

Pemasaran telah menjadi bagian penting dalam sebuah perusahaan dan bahkan menjadi ujung tombak penentuan sukses atau tidaknya sebuah perusahaan. Aktivitas pemasaran didefinisikan sebagai usaha mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Pemahaman lain dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan pelanggan (Kotler & Armstrong, 2019). Pendapat lain mengatakan bahwa pemasaran adalah usaha memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan (Kotler & Keller, 2009). Untuk itu diperlukan sebuah strategi yang tepat agar dapat menggapai tujuan perusahaan secara maksimal. Dalam era digital kini, strategi pemasaran sangatlah penting karena dapat memasarkan sebuah merek atau produk menggunakan media pendukung dalam bentuk digital. Terdapat banyak strategi pemasaran diantaranya adalah 4P (Fadhli & Ibrahim, 2024), dan kini berkembang menjadi 7P. Strategi yang mulai umum digunakan di era saat ini adalah dengan strategi bauran pemasaran 7P yakni *Product*, *Price*, *Place*, *Promotion*, *People*, *Process*, Physical Evidence. Bauran pemasaran 7P (*Marketing Mix*) merupakan sekumpulan dari variabel-variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mengejar tingkat penjualan yang diinginkan .

Memahami *market trends* dalam pemasaran merupakan hal yang sangat penting. *Market trends* adalah kecenderungan atau pola perilaku yang muncul di pasar atau industri tertentu (Carissa, 2023). Menganalisis tren yang sedang populer dapat menjadi peluang bisnis yang menjanjikan karena permintaan menjadi semakin tinggi. Salah satu usaha yang mengalami peningkatan popularitas tersebut adalah usaha buket. Usaha buket adalah usaha seni merangkai bunga serta berbagai barang lain yang dibungkus dengan kertas dengan teknik tertentu sehingga menjadi sebuah rangkaian yang indah dan visual yang menarik. Produk dari usaha buket umumnya meliputi buket *fresh flower*, buket *artificial flower*, buket *snack*, buket uang, serta berbagai jenis buket lain yang dapat disesuaikan seiring dengan permintaan dari pelanggan. Produk buket tersebut dibutuhkan karena adanya peningkatan permintaan dari pelanggan untuk berbagai perayaan spesial yang dapat mewakili makna serta momen spesial tertentu yang meliputi perayaan ulang tahun, perayaan hari ibu, hari *valentine*, hari pernikahan, acara wisuda, serta perayaan lain yang dapat menunjukkan rasa selamat dan bangga atas pencapaian seseorang.

Tabel 1. Data Penjualan Anaka Buket Jombang

Tahun	Bulan	Volume Penjualan
2023	Jan-Des	343 pcs
2024	Jan-Juni	775 pcs

Sumber: Data Primer, 2025

Persaingan yang ketat diantara para pelaku usaha buket di Kabupaten Jombang, menjadikan Anaka Buket Jombang harus terus mengembangkan strategi pemasaran dengan tepat. Anaka Buket Jombang harus bisa memanfaatkan teknologi digital dengan maksimal dan melakukan inovasi-inovasi terbaru yang dapat dilakukan agar tujuan usaha tercapai. Tujuan para pelaku usaha buket umumnya dapat dinilai dari kemampuannya memperoleh laba, namun perlu diperhatikan untuk tetap dapat mengembangkan bisnisnya dalam jangka waktu yang panjang. Maka dari itu diperlukan strategi sebagai kunci keberhasilan usaha.

Usaha buket dapat dikatakan berhasil apabila volume penjualan meningkat. Volume penjualan adalah ukuran yang menunjukkan jumlah atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual (Riski Putri Anjayani & Intan Rike Febriyanti, 2022). Volume penjualan digunakan untuk mengukur efektifitas penjualan, menilai biaya, kontribusi keuntungan, tingkat pengembalian modal, dan sisa dari keuntungan (Sri astutik, 2019). Volume penjualan Anaka Buket Jombang mulai Januari 2023 hingga Juni tahun 2024 menunjukkan bahwa adanya peningkatan volume penjualan produk yang signifikan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan tabel dibawah ini:

Permasalahan penelitian yang dibahas adalah mengenai bagaimana strategi bauran pemasaran 7P pada Anaka Buket Jombang dalam meningkatkan volume penjualan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi bauran pemasaran 7P dalam meningkatkan volume penjualan. Dengan penelitian ini, bermaksud agar dapat dijadikan bahan kajian atau referensi penelitian selanjutnya mengenai strategi bauran pemasaran 7P yang dapat berguna bagi usaha buket di masa mendatang.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan menggunakan model kualitatif melalui pendekatan analisis deskriptif, dengan jenis penelitian adalah studi kasus. Penelitian jenis studi kasus melibatkan subjek penelitian dari kelompok masyarakat dan golongan tertentu, sekaligus mendalami karakter maupun aspek sosial lainnya. Penelitian dengan metode deskriptif menjelaskan suatu masalah, menjelaskan populasi, situasi, atau fenomena secara akurat dan sistematis(Bungin, 2007).

Sumber data dalam penelitian ini ada dua, yakni data primer dan data sekunder. Data utama sumber adalah informasi yang diperoleh dengan mewancarai narasumber secara langsung. Dalam penelitian ini, sumber informasi adalah pemilik usaha, karyawan, dan lima konsumen Anaka Buket Jombang. Sumber data sekunder adalah sumber yang secara tidak langsung

memberikan informasi untuk pengumpulan informasi termasuk dokumen, arsip, dan lain-lain.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, studi dokumentasi, dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Anaka Buket Jombang adalah sebuah usaha buket yang terletak di Jalan Dr. Wahidin Sudirohusodo No. 9A, Sengon Kabupaten Jombang Provinis Jawa Timur. Usaha buket tersebut resmi berdiri sejak Januari 2023. Anaka Buket Jombang menyediakan berbagai jenis buket, balon, papan akrilik serta produk *custom* lain seperti buket rokok, buket *pipe*, serta gantungan kunci *pipe*. Anaka Buket Jombang juga menerima pesanan bunga segar dengan sistem *pre-order*.

Strategi pemasaran 7P yang dilakukan oleh Anaka Buket Jombang adalah sebagai berikut:

1. *Product* (Produk)

   Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar yang dapat berupa barang maupun jasa yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Beberapa strategi produk yang diterapkan Anaka Buket Jombang adalah sebagai berikut:

   a. Kualitas Produk (*Product quality*)

      Kualitas produk (*product quality*) merupakan kemampuan produk yang dapat dilihat dari daya tahan produk, kehandalan produk, tingkat akurasi yang dihasilkan oleh produk, kemudahan dalam mengoperasikan dan memperbaiki produk dan lain sebagainya. Produk yang baik adalah produk yang berkualitas. Bunga rangkaian Anaka Buket Jombang menggunakan bahan-bahan yang terbaik, diambil dari produsen pertama serta menggunakan alat-alat yang memadai sehingga menghasilkan produk buket terbaik. Anaka Buket Jombang menghasilkan berbagai produk buket bunga segar, buket bunga palsu maupun buket *pipe* dengan kualitas yang terjamin. Pemilihan barang baku yang berkualitas merupakan salah satu komitmen dari Anaka Buket Jombang dalam menghasilkan produk-produknya, sehingga terjamin kualitas yang selalu tampak premium.

      Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian dari (Rachmasari et al., 2019) yang berjudul Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Karet PT. Perkebunan Nusantara IX Semarang. Bahwasanya variabel harga dan kualitas produk secara serempak dan parsial berpengaruh terhadap volume penjualan. Juga penelitian yang

dilakukan oleh (Alamsyah et al., 2024) yang menyatakan bahwa kualitas produk sangat mempengaruhi konsumen.

b. Gaya dan desain *(product style and design)*

Gaya dan desain produk dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Pemilihan warna, jenis kertas *wrapping* (pembungkus buket), jenis bunga, jenis pita, serta *style* buket juga penting dilakukan agar sesuai dengan permintaan dan kebutuhan konsumen. Pemilihan gaya dan desain juga terinspirasi dari gaya mancanegara seperti buket *korean style*, dan *american style*. Kedua gaya tersebut juga dapat dikombinasikan dengan permintaan konsumen, sehingga Anaka Buket Jombang selalu memunculkan gaya dan desain yang *fresh*.

Hasil lapangan sesuai dengan penelitian dari (Purnomo, 2014) yang berjudul Pengaruh Desain Produk dan Promosi Terhadap Volume Penjualan pada Industri Batik Studi pada Industri Batik di Kabupaten Sragen), menyatakan bahwa desain produk berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan.

c. Varian produk *(product variety)*

Varian produk dari Anaka Buket Jombang sangat beragam, mulai dari *baloon*, *fresh flower*, hingga papan akrilik. Adapun macam-macam produk dari Anaka Buket Jombang yakni:

1) Aneka Buket

a) *Fresh flower* (bunga segar)

Fresh flower (bunga segar) merupakan bunga asli yang dapat dimanfaatkan sebagai rangkaian dekoratif, termasuk dalam rangkaian buket bunga. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha Anaka Buket Jombang, konsumen cenderung lebih sering membeli *fresh flower* dalam bentuk yang sederhana.

b) *Artificial Flower* (bunga buatan)

Artificial flower (bunga buatan) adalah bunga tiruan yang terbuat bahan-bahan sintetis seperti plastik, kain, atau sutra. Bunga ini dirancang menyerupai bentuk, warna, dan tekstur bunga asli, sehingga tampak seperti aslinya namun memiliki ketahanan yang lebih lama. Produk ini merupakan salah satu produk terlaris dengan tingkat permintaan yang tinggi.

c) *Pipe* (Kawat bulu)

Pipe adalah bahan yang terbuat dari kawat yang dilapisi oleh bulu-bulu halus berwarna-warni, sehingga dapat dibentuk serta dirangkai sesuai selera. Jenis *pipe* ini mulai popular di tahun 2022

hingga saat ini. Anaka Buket Jombang mulai mengikuti tren ini dengan memproduksi produk *pipe* sejak tahun 2023. Produk pipe dari Anaka Buket Jombang mencakup berbagai jenis bunga *pipe* seperti bunga *lily*, bunga matahari, tulip, mawar, pot bunga mini, pohon natal, serta aneka *pipe* lain seiring dengan tren dan permintaan konsumen.

d) Buket Satin

Anaka Buket Jombang mengadaptasi kain satin menjadi salah satu produk unggulan sejak tahun 2023. Tren penggunaan satin dalam pembuatan buket bunga mengalami peningkatan signifikan, sehingga memicu peningkatan permintaan dari berbagai kalangan konsumen.

e) Buket *Custom*

Buket *custom* adalah buket yang dibuat atau dirangkai khusus berdasarkan kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Konsumen dapat memilih jenis bunga, ukuran, warna bunga, warna kertas *wrapping*, berbagai aksesori seperti boneka, *snack*, atau yang lainnya.

2) *Gift Sign Box* (Kotak hadiah bertanda)

Salah satu varian produk dari Anaka Buket Jombang adalah *Gift Sign Box*. Produk tersebut dirangkai dengan indah sesuai permintaan konsumen agar memberikan kesan mendalam dalam setiap momennya. *Gift Sign Box* dapat disesuaikan dengan tema acara, baik formal maupun non-formal sehingga konsumen dapat menciptakan suasana yang elegan dan mewah.

3) *Baloon*

a) Baloon PVC

Balon PVC adalah balon yang terbuat dari *latex* bening, memberikan kesan ringan dan minimalis.

b) Hot Air Baloon

Hot air baloon adalah balon yang berisi udara dan diisi dengan gas helium. *Hot air baloon* menggunakan balon *foil* dan lebih tahan lama, serta mempunyai permukaan yang mengkilap, sehingga memberikan kesan yang mewah. *Hot air baloon* dapat menampilkan bentuk tulisan, angka, maupun gambar tertentu.

4) Akrilik

Bahan akrilik memiliki tekstur halus, transparan menyerupai kaca namun lebih ringan serta tahan benturan. Anaka Buket Jombang menyediakan layanan penyewaan papan akrilik serta akrilik LED.

Gambar 1. Varian Produk Anaka Buket Jombang

Sumber: Sosial Media Instagram Anaka Buket Jombang

Berdasarkan penjelasan diatas, menunjukkan bahwa penelitian tersebut selaras dengan penelitian dari (Isqo, 2019) yang berjudul "Pengaruh Variasi Produk Terhadap Volume Penjualan Merek Ako Pada Matahari Departemen Store Lembuswana di Samarinda", hasil menunjukkan bahwa pengaruh variasi produk yang terdiri dari variasi bentuk, warna, dan motif secara simultan dan parsial terhadap volume penjualan.

d. Kemasan (*Packaging*)

Kemasan merupakan elemen penting dalam keberhasilan sebuah usaha. Tujuan utama dari kemasan adalah untuk melindungi produk, namun saat ini kemasan juga berfungsi sebagai representasi dari sebuah usaha tersebut. Konsumen Anaka Buket Jombang diberikan kebebasan untuk memilih kemasan yang akan digunakan. Jenis kemasan yang disediakan diantaranya:

1) Paperbag

Pemilihan kemasan paperbag ditujukan agar tampilan dari buket terlihat lebih premium dan cocok digunakan dalam acara formal maupun non-formal. Anaka Buket Jombang menyediakan berbagai macam ukuran *paperbag*, mulai dari ukuran sedang dan jumbo.

2) Plastik kemasan

Pemilihan kemasan plastik adalah karena plastik dapat tahan panas dan tahan air, sehingga aman digunakan dan dapat melindungi produk secara maksimal.

Selaras dengan penelitian dari (Apriyanti, 2018) yang berjudul "Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan", hasil

menyatakan bahwa tampilan kemasan yang sangat menarik bagi konsumen akan meningkatkan penjualan produk perusahaan.

e. Pengembalian (*Returns*)

Pengembalian merupakan pembatalan transaksi yang diberikan perusahaan kepada konsumen apabila menerima produk gagal atau rusak. Anaka Buket Jombang selalu memastikan keamanan dan kualitas produk hingga diterima langsung oleh konsumen. Namun, tidak dapat dipungkiri apabila adanya kesalahan dari berbagai produk yang dihasilkan oleh Anaka Buket Jombang. Oleh karena itu, konsumen dapat mengajukan pembatalan transaksi apabila produk balon dari Anaka Buket Jombang mengalami kerusakan sebelum pengiriman, yang kemudian akan diganti kembali dengan produk balon baru.

Hasil tersebut selaras dengan penelitian dari (Soraya & Santosa, 2023) yang berjudul "Pengaruh Promo Pengembalian Dana, Diskon, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Dompet Digital Dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Dompet Digital GoPay di Indonesia)", yang menunjukkan bahwa variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian adalah kepercayaan merek, dimana kepercayaan merek dapat dibangun melalui variabel pengembalian dana, diskon, dan kualitas layanan.

2. *Price* (Harga)

Harga yang tepat adalah harga yang terjangkau dan paling efisien bagi konsumen. Pada strategi harga produk dari Anaka Buket Jombang dipastikan dapat menjangkau semua kalangan. Namun kembali lagi bahwa semakin tinggi *value*, tingkat kesulitan, waktu pengerjaan, serta banyaknya permintaan dari konsumen maka harga produk akan semakin mahal. Selain itu, Anaka Buket Jombang juga menyesuaikan *budget* konsumen dalam memesan produk, sehingga harga dapat dijangkau oleh konsumen, baik itu menengah ke bawah maupun menengah ke atas. Beberapa strategi harga Anaka Buket Jombang adalah sebagai berikut:

a. Keterjangkauan Harga

Keterjangkauan harga dapat dikatakan sebagai bagaimana konsumen mampu membeli suatu produk yang ditawarkan. Keterjangkauan harga juga dapat mengukur sejauh mana harga suatu produk sesuai dengan daya beli konsumen. Dalam hal ini Anaka Buket Jombang dapat menjangkau semua kalangan dengan harga yang terjangkau. Berikut adalah daftar harga produk Anaka Buket Jombang:

Tabel 1. Daftar Harga Produk Anaka Buket Jombang

No	Nama Produk	Harga mulai dari
1	*Fresh Flower*	Rp 10.000,00
2	Buket Bunga *artificial*	Rp 10.000,00
3	Buket *Pipe*	Rp 10.000,00
4	Buket Satin	Rp 100.000,00
5	*Custom* buket	Rp 35.000,00
6	*Hot Air Baloon*	Rp 100.000,00
7	*Baloon PVC*	Rp 35.000,00
8	*Gift Sign Box*	Rp 75.000,00
9	Akrilik	Rp 45.000,00
10	Sewa papan akrilik	Rp 90.000,00

Sumber: Data diolah penulis, 2024

b. Harga sesuai dengan Kualitas Produk

Anaka Buket Jombang sangat memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan, termasuk keindahan, kerapian, serta keandalan produk. Anaka Jombang juga selalu berkomitmen untuk menjaga kualitas buket agar tetap baik hingga ke tangan konsumen. Oleh karena itu, Anaka Buket Jombang memastikan bahwa harga yang dibayarkan konsumen seimbang dengan kualitas produk yang dihasilkan.

c. Daya Saing Harga

Persaingan harga buket di era saat ini sangatlah ketat. Tidak dipungkiri bahwasanya saat ini para pengusaha buket sedang mengalami "perang harga", dimana banyak pengusaha buket baru yang menawarkan produk serupa dengan harga yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, Anaka Buket Jombang masih terus berkomitmen untuk fokus mengedepankan kualitas yang premium, namun dengan harga yang minimum.

d. Kesesuaian Harga dengan Manfaat

Kesesuaian harga dengan manfaat dapat diartikan bahwa konsumen dapat merasa puas, kebutuhannya terpenuhi, dan merasa pas dengan harga yang dikeluarkan. Strategi harga yang ditetapkan oleh Anaka Buket Jombang selaras dengan penelitian dari (Qurrota'ayun, 2020) yang berjudul "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Tempat Terhadap Volume Penjualan di Mess Cafe Surabaya". Hasil Uji T menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas produk, dan tempat memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap volume Penjualan.

3. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah aktivitas pemasaran yang kegiatannya adalah menyebarkan informasi dan mempengaruhi target pasar agar produk dapat diterima, memutuskan untuk menjadi konsumen, serta memiliki rasa loyal terhadap produk yang ditawarkan. Berikut adalah aktivitas promosi yang dilakukan Anaka Buket Jombang:

a. *Advertising* (Periklanan)

Anaka Buket Jombang secara rutin melakukan kampanye pemasaran digital melalui berbagai platform media sosial, terutama pada halaman *metaverse*. Kampanye ini umumnya dimulai tiga puluh hari sebelum penyelenggaraan acara besar. Sebagai contoh, untuk perayaan hari Valentine dilaksanakan tanggal 13 Februari, iklan promosi akan mulai ditayangkan di platform Instagram sejak awal Januari. Anaka Buket Jombang melakukan periklanan secara konsisten dalam rangka memasarkan produk dan untuk menjaga keberlangsungan usaha. Selaras dengan penelitian dari (Nazara, 2021) yang berjudul "Pengaruh Periklanan Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Tricomsel Gunungsitoli", yang menyatakan bahwa pengaruh periklanan dalam meningkatkan volume penjualan sangat berpengaruh positif pada usaha toko Tricomsel dan kedua variabel berada pada hubungan yang sangat erat yakni 1,00.

b. Event and Experiences

Strategi *event and experiences* berfokus pada koneksi usaha dengan konsumen dalam berbagai acara tertentu. Anaka Buket Jombang secara aktif berpartisipasi dalam berbagai acara, khususnya acara wisuda. Umumnya Anaka Buket Jombang melakukan survei kepada konsumen untuk mengetahui tanggal pelaksanaan wisuda untuk mempersiapkan persediaan buket bunga yang memadai pada hari-H. Selain itu, Anaka Buket Jombang juga berpartisipasi dalam acara *Car Free Day* (CFD) Jombang dengan menyajikan tampilan produk yang menarik dan estetis. Selaras dengan penelitian dari (Syahrani, 2024) yang berjudul "Pengaruh Event Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Properti (Studi Kasus: PT. Harmony Land Group), dengan hasil menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif *event marketing* terhadap peningkatan penjualan property.

c. Online and media marketing

Anaka Buket Jombang menggunakan online and media marketing melalui sosial media seperti Instagram, Tiktok, WhatsApp Business, serta

tools linktree. Strategi untuk mengoptimalkan media marketing Anaka Buket Jombang adalah sebagai berikut:

1) Memperhatikan tren atau musik yang sedang popular;
2) Membuat konten yang *relate* dengan aktivitas sehari-sehari; dan
3) Mengunggah katalog foto dan video secara konsisten;

Berdasarkan *social media marketing* yang dibuat oleh Anaka Buket Jombang di media sosial *Instagram* dan *Tiktok* telah menarik pengunjung sebanyak lebih dari 12.000 akun dan telah mendapatkan keterlibatan pengunjung yang signifikan. Selaras dengan penelitian dari (Kurniawan, 2017) mengenai "Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Bintang Toedjoe Palembang", menyatakan bahwa pengaruh yang ditimbulkan promosi terhadap penjualan pada PT. Bintang Toedjoe Palembang adalah sangat kuat dan positif yaitu sebesar 0,99 yang berada pada interval (0,80-1.00). Semakin efektif promosi yang dilakukan, semakin tinggi pula tingkat penjualan produk di perusahaan.

d. *Personal Selling*

Anaka Buket Jombang melakukan promosi dengan menggunakan tenaga penjual langsung, dimana terjadi interaksi langsung antara pembeli dan penjual. Hal ini dimungkinkan karena adanya komunikasi dua arah dari kedua pihak yang bersifat individual. Kegiatan *personal selling* tidak hanya terjadi di tempat tertentu, tetapi dapat dilakukan di tempat pengambilan keputusan pembelian atau di toko. Sesuai dengan hasil penelitian dari (Pujiani, 2014) yang berjudul "Pengaruh Personal Selling dan Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk MLM SM di Karanganyar", dengan hasil penelitian yakni bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *personal selling* dan promosi terhadap volume penjualan.

4. *Place* (Tempat)

Tempat atau *place* adalah lokasi kegiatan perusahaan melaksanakan produksi dan bagaimana pelanggan memperoleh produk tersebut. Lokasi Anaka Buket Jombang terletak di Jalan Dr. Wahidin Sudiro Husodo No. 9A Sengon Kabupaten Jombang. Lokasi tersebut merupakan lokasi yang strategis karena termasuk dalam lingkup tengah kota. Lokasi yang strategis dapat diartikan bahwa lokasi tersebut mudah dijangkau oleh semua orang, baik dari karyawan, pelanggan maupun pihak ketiga. Lokasi yang strategis, nyaman, mudah dijangkau menjadi daya tarik sendiri. Faktor yang dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi adalah sifat konsumen potensial Anaka Buket Jombang. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha,

pemilihan lokasi Anaka Buket Jombang yang merupakan usaha rumahan merupakan pilihan yang tepat karena pemilihan tersebut berpengaruh juga terhadap harga produk yang menjadi lebih terjangkau. Namun, berdasarkan pendapat dari lima konsumen menunjukkan bahwa konsumen tidak memprioritaskan lokasi usaha karena dapat memanfaatkan pengiriman jasa online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi (*place*) tidak memiliki cukup pengaruh terhadap volume penjualan Anaka Buket Jombang.

5. People (Orang)

Orang-orang yang dimaksud adalah pemilik usaha, karyawan, serta jasa ekspedisi. Pemilik usaha sebagai penggerak utama dalam hal ini yang melakukan pemilihan produk persediaan, yang memiliki andil besar dalam pembelian serta mencari supplier yang terpercaya serta memastikan bahan baku dalam keadaan tersedia dan tentunya berkualitas. Pemilik usaha juga memastikan agar karyawan melakukan tugasnya dengan baik. Dalam membantu pekerjaan pemilik usaha, Anaka Buket Jombang dibantu oleh dua orang karyawan, yakni memiliki tugas sebagai berikut:

a. Assistant Florist

Sebagai *assistant florist*, penting untuk mendukung kelancaran operasional dari usaha Anaka Buket Jombang. Peran *assistant florist* dibutuhkan untuk membantu dalam mempersiapkan bahan-bahan buket, contoh menyiapkan bunga potong segar untuk segera dirangkai oleh pemilik usaha maupun *florist part-time*. Selain itu, *assistant florist* juga membantu menerima dan melayani pelanggan yang datang ke tempat usaha Anaka Buket Jombang, serta menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggan.

b. Florist part-time

Florist part-time berperan penting dalam kegiatan produksi dan memiliki keterampilan dalam merangkai maupun menyusun buket. Namun, jam kerja *florist part-time* tidak penuh waktu dan fleksibel.

6. *Process* (Proses)

Proses adalah semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa (Siagian, 2024). Dalam hal ini, Anaka Buket Jombang memiliki prosedur dan aliran aktivitas sendiri dalam melayani pelanggan. Berikut adalah aliran aktivitas yang dilakukan Anaka Buket Jombang dalam melayani pelanggan:

a. Proses penerimaan order

Proses ini merupakan tahap awal konsumen untuk memesan produk terlebih dahulu melalui media sosial yang ada, yakni WhatsApp Business. Kemudian Anaka Buket Jombang memberikan *pricelist* dan

formulir pesanan. Formulir tersebut wajib dilengkapi oleh konsumen dan diserahkan kembali kepada Anaka Buket Jombang. Formulir tersebut berisi mengenai jumlah pesanan dan harga yang harus dibayarkan hingga jenis pengiriman.

b. Proses produksi

Proses produksi ini adalah proses setelah konsumen melakukan DP sebesar 50% dari jumlah total orderan yang telah dipesan. Proses produksi atau merangkai buket umumnya memakan waktu 30 menit hingga satu hari, tergantung dari tingkat kesulitan permintaan konsumen.

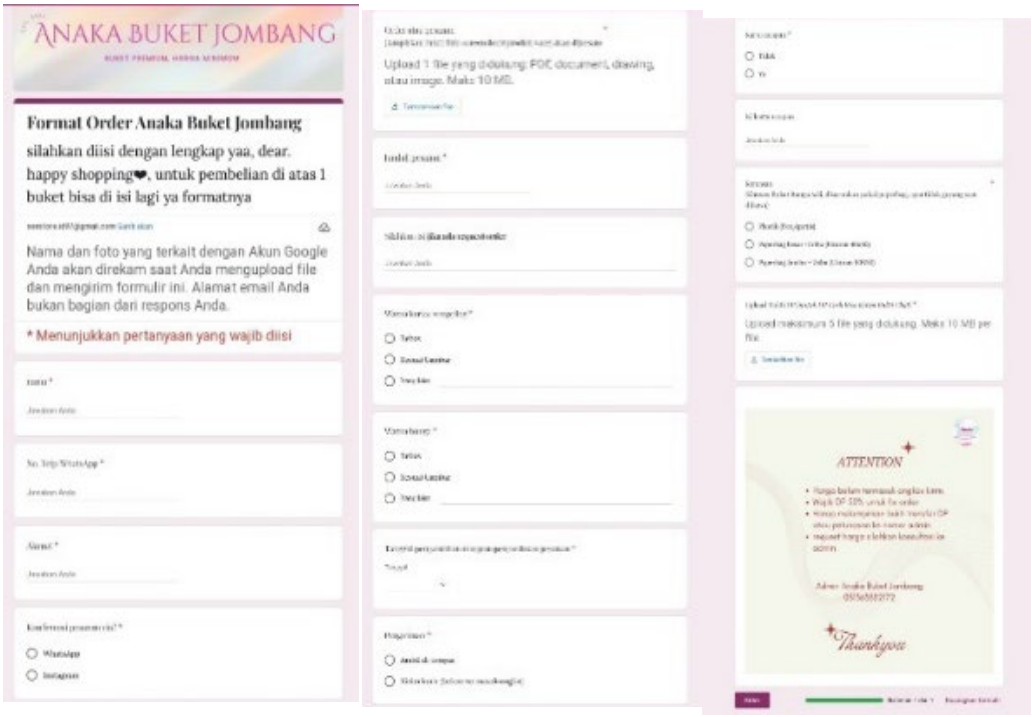
c. Proses pengiriman

Proses pengiriman merupakan tahapan pengemasan, kemudian Anaka Buket Jombang akan segera mengirimkan produk yang sudah dipesan konsumen. Umumnya konsumen akan memilih pengiriman jasa ekspedisi *online* yang disediakan oleh Anaka Buket Jombang seperti *Grab*, *Gojek*, *Anda Express*, dan jasa ekspedisi lain yang serupa.

d. Proses penerimaan produk

Konsumen akan menerima produk Anaka Buket Jombang dan melakukan pengecekan kondisi pesanan. Setelah itu, konsumen dapat memberikan konfirmasi kepada Anaka Buket Jombang bahwa pesanan telah mendarat dengan aman, serta dapat memberikan umpan balik mengenai kualitas dan kondisi produk yang telah diterima.

Gambar 2. Formulir Pemesanan Anaka Buket Jombang



Sumber: Google Formulir Anaka Buket Jombang

7. *Physical Evidence* (Sarana fisik)

Sarana fisik merupakan hal yang nyata dan terlihat, yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Sarana fisik dapat menjadi nilai tambah yang ditujukan kepada konsumen maupun calon konsumen.

Penelitian yang dilakukan langsung di lapangan menunjukkan bahwa, walaupun lokasi usaha Anaka Buket Jombang masih menjadi satu dengan rumah pemilik usaha tinggal, namun terdapat beberapa ruangan khusus untuk tempat produksi dan tempat rak produk buket. Ruangan produksi tersebut digunakan untuk merangkai bunga, tempat untuk meletakkan alat dan bahan baku. Sedangkan ruangan yang lain adalah sebagai tempat penataan buket pesanan konsumen dan tempat untuk penataan kertas *wrapping* buket. Hasil wawancara dengan lima konsumen menunjukkan bahwa mereka tidak terlalu memprioritaskan bagaimana produksinya, namun yang terpenting adalah produk itu sendiri, baik dari kualitas, harga, maupun dari segi pelayanan.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan Anaka Buket Jombang untuk memasarkan produknya dengan menggunakan 7P (*product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence*) telah memenuhi teori yang ada. Namun dalam strategi *place*, konsumen mendapat alternatif yang lebih mudah dan hemat daripada mendatangi langsung ke lokasi usaha, yakni dengan menggunakan pengiriman jasa *online*, sehingga dalam hal ini strategi place dirasa tidak cukup memberi pengaruh dalam meningkatkan volume penjualan Anaka Buket Jombang. *Strategi physical evidence* (sarana fisik) yang diterapkan sudah cukup baik, yakni adanya tempat produksi dan tempat display rak barang. Namun, berdasarkan temuan di lapangan, konsumen tidak terlalu memprioritaskan bagaimana produksinya, namun yang terpenting adalah produk itu sendiri, baik dari kualitas, harga, maupun dari segi pelayanan. Hal tersebut nyatanya tidak cukup memberi pengaruh dalam meningkatkan volume penjualan Anaka Buket Jombang.

Saran yang dapat diberikan kepada Anaka Buket Jombang adalah agar mempunyai toko *offline* yang layak sehingga dapat meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan pelanggan, memberikan pengalaman membeli yang lebih baik, mempermudah interaksi, dapat memberikan pelayanan penuh baik online maupun *offline*, serta dapat meningkatkan volume penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

Alamsyah, A. Y. R., Fadhli, K., & Qomariyah, S. N. (2024). The Effect of Product Quality, Price, Sales Promotion on Repurchase Interest in the Maternal Disaster Distro Brand in the Instagram Application. *INCOME: Innovation of Economics and Management*, *3*(3), 9–15. https://doi.org/10.32764/income.v3i3.4991

Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio E-Kons*, *10*(1), 20. https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2223

Bungin, M. B. (2007). *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya* (2nd ed.). Prenada Media Group.

Fadhli, K., & Ibrahim, M. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di CV. Ifastore. *REVITALISASI: Jurnal Ilmu Manajemen*, *13*(62293481), 463–471. https://doi.org/https://doi.org/10.32503/revitalisasi.v13i2.6525

Isqo, H. (2019). Penjualan Merek Ako Pada Matahari Departemen Store Lembuswana. *Jurnl Ilmu Administrasi Bisnis*, *3*(2), 470–481.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (1st ed., Vol. 12). Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kurniawan, C. (2017). Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Bintang Toedjoe Palembang. *Jurnal Medika Wahana Ekonomika*, *14*(3), 55–61.

Nazara, D. S. (2021). Pengaruh Periklanan Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Tricomsel Gunungsitoli. *Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, *9*(3), 1400.

Pujiani, D. (2014). Pengaruh Personal Selling Dan Promosi Penjualan Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk Mlm Sm Di Karanganyar. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, *14*(1), 113–122.

Purnomo, E. (2014). *Pengaruh desain produk dan promosi terhadap volume penjualan pada perusahaan batik*. *17*.

Qurrota'ayun, A. (2020). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Tempat Terhadap Volume Penjualan Di Mess Cafe Surabaya.pdf*.

Rachmasari, M., Setiawan, B. M., & Santoso, S. I. (2019). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan Karet PT. Perkebunan Nusantara IX Semarang. *Agriecobis : Journal of Agricultural Socioeconomics and Business*, *2*(2), 87. https://doi.org/10.22219/agriecobis.vol2.no2.87-94

Riski Putri Anjayani, & Intan Rike Febriyanti. (2022). Analisis Strategi Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada UMKM YJS Sukabumi). *Jurnal Multidisiplin Madani*, *2*(9), 3610–3617. https://doi.org/10.55927/mudima.v2i9.1175

Siagian, M. N. (2024). *Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Analisis Swot Pada Perusahaan Franchise Xiji Street Snack Cabang Medan S. Parman*. repositori.uma.ac.id.

Soraya, N. W., & Santosa, S. B. (2023). Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Dompet Digital GoPay di Indonesia). *Diponegoro Journal of Management*, *12*(1), 1–9.

Sri Astutik, W. (2019). Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan (Studi pada perusahaan Unilever Tbk th 2015 -2019). *Binawakya*, *84*(10), 1511–1518. https://doi.org/10.1134/s0320972519100129

Syahrani, F. (2024). *Pengaruh Event Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Properti (Studi Kasus : PT Harmony Land Group) Corresponding Author : Name : Fadilah Syahrani*. *02*(01).