

## **PEMASARAN ONLINE DI AZURA KOTA BANDUNG**

Disusun oleh :

. Didin Wardhana, S.Sos., M.Si.

### **ABSTRAK**

*Pemasaran merupakan kegiatan menyeluruh, yang dilakukan oleh sebuah organisasi untuk melakukan usaha agar mampu mengakomodir permintaan pasar dengan cara membuat produk yang memiliki nilai jual, menentukan harga jual suatu produk, mengkomunikasikan atau mempromosikan suatu barang, serta saling bertukar tawaran yang bernilai bagi calon konsumen, klien, mitra, serta masyarakat pada umumnya. Pemasaran Online menjadi suatu hal yang mendukung sebuah perusahaan dan menjadi nilai tambah perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya, tenaga Penjualan adalah penunjang bagi penjualan suatu produk, karena tanpa adanya tenaga Penjualan produk tidak akan terjual. AZURA tentunya banyak menjual barang yang umumnya adalah pakaian dan celana, pemasok memberikan bantuan secara tidak langsung untuk menambah banyaknya jenis dan model barang yang dijual, karena pada dasarnya saat memproduksi suatu barang tentunya sudah memperkirakan modal yang dikeluarkan dan perolehan keuntungan dari suatu barang maupun jasa, keuntungan yang diperoleh dari pemasok maupun AZURA harus seimbang, hingga kepercayaan antara pemasok dan outlet-nya bisa berjalan dengan baik, karena proses kerjasama antar keduanya saling memberi keuntungan.*

*Media sosial menjadi proses penjualan yang sangat membantu dalam penambahan profit yang dilakukan oleh AZURA dengan membuat situs web pribadi dan menggunakan media sosial lainnya membantu laju perkembangan produksi hingga penjualan, upaya tersebut dilakukan agar perusahaan tetap berjalan dan bekerja, selain itu mengenai desain, AZURA memiliki banyak pesaing, namun dalam mengatasi hambatan yang terjadi AZURA memaksimalkan dalam pelayanan sehingga kepuasan konsumen menjadi nilai ukur dalam keberhasilan mengatasi pesaing, selain itu desain barang yang mereka milikipun mampu bersaing dengan outlet-outlet lainnya yang berada di Kota Bandung.*

*Kata Kunci: Pemasaran Online, AZURA*

**.Didin Wardhana, S.Sos., M.Si.\*)**

### **ABSTRACT**

*Marketing is a comprehensive activity, carried out by an organization to conduct business to be able to accommodate market demand by making products that have a selling value, determining the selling price of a product, communicating or promoting an item, and exchanging offers that are of value to potential customers, clients, partners, and society in general. Online marketing is a thing that supports a company and becomes an added value for the company to get the maximum profit, the sales force is a support for the sale of a product, because without a sales force the product will not be sold. AZURA certainly sells a lot of goods, which generally are clothes and pants, suppliers provide indirect assistance to increase the number of types and models of goods sold, because basically when producing an item, of course, you have to think about the capital spent and profit from an item or service, the profits obtained from the supplier and AZURA must be balanced, so that the trust between the supplier and the outlet can run well, because the cooperation process between the two gives each other profit.*

*Social media is a sales process that is very helpful in increasing profits made by AZURA by creating a personal website and using other social media to help the pace of production development to sales, these efforts are made to keep the company running and working, apart from that regarding design, AZURA has many competitors, but in overcoming the obstacles that occur, AZURA maximizes service so that customer satisfaction becomes a measure of success in overcoming competitors, besides the design of the goods they have is able to compete with other outlets in the city of Bandung.*

*Keywords: Online Marketing, AZURA*

## A. PENDAHULUAN

Era Globalisasi menjadikan para pelaku usaha menjual produk dengan cara *online*, dengan berbagai macam teknologi di media membuat para pelaku usaha berlomba-lomba untuk menjual barang di media sosial, hal ini beriringan dengan majunya teknologi di Indonesia, Pelaku Usaha dalam bidang bisnis mulai tertarik dengan model penjualan menggunakan media sosial, seperti

*Instagram, Facebook, Line, Whatsapp, Telegram dan masih banyak lainnya seperti Shopee, Bukalapak, Tokopedia. Kemajuan teknologi akan mempermudah para pelaku usaha untuk melaksanakan penjualan dalam bidang tersebut.*

Pemasaran dengan menggunakan media sosial adalah langkah yang tepat untuk saat ini, disamping itu pengaruh COVID-19 yang menjadi hambatan utama untuk membuka toko karena akan

menimbulkan kerumunan dan membuat segala sesuatu yang berhubungan dengan penjualan toko menjadi terhambat, langkah utama yang dilakukan oleh AZURA adalah menjual barang dengan *online*. AZURA tentunya saat pelaksanaan penjualan akan dilakukan pemasaran terlebih dahulu guna menarik minat konsumen, bagaimana dengan keadaan barang yang dipesan oleh konsumen.

Permasalahan yang umumnya terjadi saat melakukan pemasaran *online* adalah:

1. Banyaknya perusahaan yang membuka *Factory Outlet*
2. Kurangnya tenaga pemasaran *online*.
3. Sulitnya menjangkau pasar, karena sinyal yang terkadang lemah
4. Tidak bisa memilah konsumen.
5. Adanya pesanan tidak jelas

Barang atau Produk merupakan hasil dari proses bahan mentah menjadi barang yang memiliki nilai jual, barang yang dijual diperuntukkan untuk memperoleh keuntungan dari hasil penjualan, barang-barang yang dijual dan mendapatkan keuntungan hasilnya akan di simpan dan kemudian dibelanjakan lagi bahan-bahan untuk menghasilkan kembali barang yang memiliki nilai ekonomis.

## B. KAJIAN TEORI

### 1. Pemasaran

Fahmi (2015) Pemasaran merupakan kegiatan menyeluruh, yang dilakukan oleh sebuah organisasi untuk melakukan usaha agar mampu mengakomodir permintaan pasar dengan cara membuat produk yang memiliki nilai jual, menentukan harga jual suatu produk, mengkomunikasikan atau mempromosikan suatu barang, serta saling bertukar tawaran yang bernilai bagi calon konsumen, klien, mitra, serta masyarakat pada umumnya. Kotler (2009) Pemasaran *Online* menjadi suatu hal yang mendukung sebuah perusahaan dan menjadi nilai tambah perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya, tenaga Penjualan adalah penunjang bagi penjualan suatu produk, karena tanpa adanya tenaga Penjualan produk tidak akan terjual.

*Marketing Online* adalah sebuah profesi yang tugas utamanya adalah memasarkan dan mempromosikan sebuah produk baik barang ataupun jasa. Menurut Ibu Daniah selaku Manajer di AZURA mengemukakan bahwa “*Marketing* adalah seorang Tenaga Pemasaran yang mempromosikan sekaligus menjual produk tertentu dengan cara meyakinkan pedagang untuk

membeli produk yang dijual”<sup>1</sup>, dari pengertian tersebut Penulis mengartikan bahwa *Marketing* harus memiliki wajah yang menarik dan memiliki penampilan menarik agar konsumen tertarik untuk membeli produk yang dijual. Dalam pelaksanaan penjualan tim atau rekan kerja adalah hal terpenting mengingat bahwa dengan adanya suatu tim kerja, penjualan akan dilakukan dengan baik, karena setiap individu akan saling bertukar pikiran untuk bagaimana menjual suatu barang, suatu tim akan bahu membahu bagaimana melakukan suatu tugas dengan baik dan benar, sehingga konsumen juga akan berlomba-lomba untuk membeli produk tersebut.

C. METODE PENELITIAN Penelitian ini menggunakan Metodologi dengan pendekatan penelitian kualitatif, memiliki karakteristik yang alami (*natural setting*) sebagai salah satu sumber data langsung, proses yang lebih dipentingkan daripada hasil penelitian. analisis dalam penelitian kualitatif cenderung dilakukan secara analisis deskriptif dan makna merupakan hal yang esensial. Kemudian data tersebut dianalisis untuk mendapatkan suatu pemecahan masalah. Penelitian Kualitatif

menjadi sebuah penelitian yang digunakan untuk mengungkapkan permasalahan dalam kehidupan kerja, baik organisasi pemerintahan maupun organisasi swasta, sehingga dapat dijadikan kebijakan untuk dilaksanakan demi kepentingan bersama. Dalam paradigma ini realitas sosial dipandang sebagai sesuatu yang penuh makna. Paradigma yang demikian disebut paradigma positivisme, dimana dalam memandang gejala, lebih bersifat tunggal, statis, dan konkret. Paradigma *post positivisme* merupakan penelitian kualitatif naturalistik yang prosesnya bersifat induktif, data yang diperoleh adalah data kualitatif, yang masih perlu diberi interpretasi sehingga dapat dipahami maknanya.

#### D. PEMBAHASAN

Pemasaran *Online* oleh *Heritage Factory Outlet* Keuntungan merupakan hal yang diinginkan oleh perusahaan, karena pada dasarnya saat memproduksi suatu barang tentunya sudah memperkirakan modal yang dikeluarkan dan perolehan keuntungan dari suatu barang maupun jasa, keuntungan yang diperoleh dari pemasok maupun AZURA harus seimbang, hingga kepercayaan antara pemasok dan *outlet*-nya bisa berjalan dengan

---

<sup>1</sup> Wawancara dengan *Manager* di *Gudang Garment* Moh Toha yaitu Ibu Daniah Septiani

baik, karena proses kerjasama antar keduanya saling memberi keuntungan. Hal tersebut diungkapkan oleh Ibu Daniah : “Barang yang dipesan sudah sesuai standarisasi, jelasnya yang lebih *up to date* barang yang Kita beli dari *Supplier*, jadi Kita selalu berusaha untuk memesan barang yang baru serta *up to date* sesuai dengan perkembangan zamannya, dengan adanya pemesanan berarti pemasok memproduksi barang, nah keuntungannya adalah baik bagi Kami dan pemasok mendapat keuntungan berupa penjualan dan pembelian yang kami lakukan”.<sup>2</sup>

Setiap barang yang diproduksi tentunya mampu menarik minat konsumen dalam melakukan transaksi pembelian suatu barang, barang apa saja yang tersedia di sebuah tempat dan jenis barang apa saja yang tersedia di pasar, hal tersebut mampu memberikan sebuah manfaat bagi perusahaan, apabila jenis barang yang tersedia banyak dan cukup menarik, maka konsumen akan tertarik untuk membeli barang tersebut, AZURA menjual berbagai jenis pakaian baik pria wanita hingga pakaian anak, hal tersebut diungkapkan oleh

Bapak Ahmad “Pemasok itu ngirim barang kebanyakannya kaos, celana dan kemeja, soalnya yang laku ngga jauh dari barang-barang itu kalau di Heritage sendiri”.<sup>3</sup> Pemasok sudah paham betul apa menjadi kebutuhan AZURA dan mengetahui konsumen yang seperti apa yang datang untuk membeli barang yang dijual di tempat tersebut, senada dengan pernyataan Bapak Ahmad, Ibu Christina selaku pengunjung yang berbelanja di AZURA mengungkapkan :“Jenis barang banyak ya, dari mulai kemeja, kaos polo atau kaos oblong, celana *jeans*, celana katun, jaket, ya beragam jenisnya ya dan model-modelnya bagus, kadang betah lama-lama sambil liat pakaian-pakaian model terbaru, jadi ngga bosan kalau belanja lama-lama disini, selain tempatnya nyaman terus ada tempat buat makan juga kalau capek habis kesana kemari nyari pakaian yang mau dibeli”.<sup>4</sup>

Kualitas barang yang dipajang serta dijual di AZURA memiliki kualitas barang yang baik, sesuai dengan penjelasan sebelumnya bahwa barang tersebut memiliki *grade A*, dengan barang yang memiliki kualitas baik, dan model yang cukup banyak membuat

---

<sup>2</sup> Wawancara dengan Manager di *Gudang Garment* Moh Tohayaitu Ibu Daniah Septiani

<sup>3</sup> Wawancara dengan Supervisor Pakaian Pria di *Heritage Factory Outlet* Moh Tohayaitu Bapak Saiman Cholil

<sup>4</sup> Wawancara dengan Konsumen atau Pengunjung Ibu Christina di *Heritage Factory Outlet* Kota Bandung

konsumen tertarik untuk membeli barang tersebut, pemasok dan AZURA bisa memperoleh keuntungan yang cukup untuk mengembangkan usaha penjualan mereka.

Pemasok yang memasok barangnya merupakan langkah-langkah secara kontinu untuk mendapatkan atau memperoleh barang yang hendak dijual, proses kepemilikan barang akan mempermudah penjualan, kepemilikan bisa berupa barang yang dititip lalu dijual atau barang yang dibeli lalu dijual oleh AZURA. Barang yang sudah diterima kemudian akan disimpan guna menjaga kestabilan barang yang dipajang dengan kesesuaian barang yang berada di penyimpanan atau di gudang, hal tersebut diungkapkan oleh Ibu Daniah, yang menyatakan bahwa : “Kita *repeat* barang-barang ke *Supplier* atau ke gudang selalu di Hari Senin setelah *weekend*, jadi barang yang habis atau kurang Kita *repeat*, dan itu sudah kontinu seperti itu. Kita selalu menyimpan *stock*, selalu ada, dan tidak langsung dikirim kalau sudah dipajang di *counter*, Kita pasti menyimpan *stock*, karena *turnover Factory Outlet* tinggi ya,

jadi Kita mewajibkan adanya *stock* barang”.<sup>5</sup>

Penyediaan barang menjadi proses kerjasama yang baik, sehingga strategi saat kekosongan barang bisa dilakukan, hal-hal tersebut membuktikan bahwa pemasok dan AZURA membuat strategi ketika barang dan pengiriman barang secara kontinu bisa dilakukan dengan baik, barang yang sudah dikirim tentunya tidak selamanya baik, terkadang barang yang diterima tidak sesuai dengan kenyataan saat proses pemesanan, sehingga langkah-langkah penjualan bisa terhenti, hal tersebut membuat barang harus dikembalikan ke pemasok atau dijual dengan potongan harga (*discount*) hal tersebut diungkapkan oleh Ibu Daniah : “Setiap barang punya izin ya kalau ada barang yang terlalu lama, Kita ada hitungan waktunya per tiga bulan tidak laku, Kita pasti adakan *discount*, kadang-kadang ada pengembalian barang, karena barang tersebut menggunakan sistem titip jual bukan beli putus, intinya kalau barang sudah lama dan tidak laku Kita kembalikan saja ke *Supplier* dan *Supplier* menerima itu”.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Wawancara dengan Manager di *Heritage Factory Outlet* Moh Tohayaitu Ibu Daniah Septiani

<sup>6</sup> Wawancara dengan Manager di *Heritage Factory Outlet* Moh Tohayaitu Ibu Daniah Septiani

Untuk persetujuan jual beli AZURA membuat ketentuan, bahwa barang yang selama 3 (tiga) bulan tidak terjual, barang tersebut akan di diskon kepada konsumen, hal tersebut dilakukan guna menghabiskan stok barang lama, dengan adanya hal tersebut dirasa bisa menimbulkan kerugian namun tidak begitu besar, karena barang tersebut dijual titip bukan dijual putus, meskipun diskon dari barang tersebut masih memperoleh keuntungan meski tidak besar jumlahnya, hal senada diungkapkan oleh Bapak Ahmad, yang menyatakan bahwa :

“Kalau sudah lama misal dari atasan pasti bilang, barang yang sudah 3 bulan masih ada bisa diskon, kalau untuk dikembalikan jarang tapi ada saja, misal kalau barang yang rusak, rusaknya paling saat pengiriman atau ngga lolos QC dari sana sih ya, jadi begitu datang ya langsung Kita cek lalu kembalikan lagi ke pemasok”.<sup>7</sup>

Hal tersebut membuktikan bahwa diskon adalah langkah bila barang tidak terjual dengan kurun waktu yang sudah ditetapkan, selain itu barang yang sudah diterima bila

terjadi ketidaksesuaian dalam artian rusak atau cacat akan dikembalikan ke pemasok guna mendapatkan barang baru kembali. Upaya yang dilakukan oleh AZURA untuk tetap melakukan penjualan adalah menggunakan cara penjualan *online*, karena untuk saat ini penjualan *online* adalah langkah tepat dalam menjual barang kepada konsumen, mengingat bahwa pandemi *covid-19* belum berakhir, selain itu untuk penumpukan barang juga AZURA menggunakan sistem diskon untuk barang-barang yang belum terjual.

Harga menjadi hal yang dilihat oleh konsumen selain dari kualitas, model, harga adalah hal yang menentukan daya beli dan minat konsumen untuk membeli barang, harga yang ditawarkan pemasok akan menentukan penjualan barang yang dilakukan oleh AZURA kepada konsumen nantinya, Bapak Ahmad mengungkapkan, ‘harga jual masih terjangkau, karena kalau jual barang itu liat dari merek atau *brand*-nya, terus liat kualitas dan yang tidak kalah

---

<sup>7</sup> Wawancara dengan Supervisor Pakaian Pria di *Heritage Factory Outlet* Moh Tohayaitu Bapak Saiman Cholil

sama merek-merek yang dijual di outlet lain”.<sup>8</sup> Harga yang dibeli atau dititipkan oleh pemasok masih terjangkau bila dijual di AZURA dan hal tersebut dapat dilihat dari merek dan kualitas barang tersebut. Daya beli konsumen adalah hal terpenting dalam membeli produk yang dijual, Ibu Rosiyanti mengungkapkan “Kalau harga jual ngga begitu mahal ya, karena barang yang dijual kualitas dan mereknya juga bagus, jadi mau tidak mau bayar harga dong untuk barang berkualitas”.<sup>9</sup> Harga tidak jauh dari merek, itulah yang dikatakan oleh Ibu Rosiyanti, setiap barang yang memiliki kualitas konsumen akan dengan rela membayar harga, karena daya beli konsumen dan minat beli konsumen di AZURA sangat kuat, diskon adalah hal yang diinginkan oleh konsumen Ibu Rosiyanti menambahkan “Biasanya ada diskon sih, tapi untuk beli berapa potong pakaian kayanya tidak pernah ada potongan harga, kecuali diskon yang

dikasih dari tokonya”<sup>10</sup>. Strategi yang dilakukan oleh AZURA dalam memberikan diskon tidak diketahui oleh konsumen, karena pada dasarnya diskon diberikan terhadap barang yang sudah 3 (tiga) bulan tidak terjual.

Proses penjualan barang tidak selamanya berjalan dengan baik, namun ada kalanya bahwa desain yang ditawarkan oleh pemasok menjadikan bahwa barang tidak cepat terjual, selain itu dimasa pandemi *covid-19* saat ini konsumen lebih memilih untuk tidak membeli barang yang ada di AZURA pandemi menjadi hambatan barang menumpuk dan tidak cepat terjual, sehingga dalam pelaksanaan penjualan mengalami hambatan, tidak hanya AZURA tempat lainpun mengalami hal yang sama, bahkan sektor wisata, pendidikan dan tempat kursus pun mengalami pemberhentian, menambahkan hambatan yang terjadi ternyata dalam pembuatan *brand* pun tidak selamanya berjalan dengan baik, adanya hambatan mengenai *brand*

---

<sup>8</sup> Wawancara dengan Supervisor Pakaian Pria di *Heritage Factory Outlet* Moh Tohayaitu Bapak Saiman Cholil

<sup>9</sup> Kota Bandung Wawancara dengan Konsumen atau Pengunjung Ibu Rosiyanti di *Heritage Factory Outlet*

<sup>10</sup> Kota Bandung Wawancara dengan Konsumen atau Pengunjung Ibu Rosiyanti di *Heritage Factory Outlet*

yang mirip dengan perusahaan lain membuat proses produksi barang terhambat, hal ini dikarenakan sudah banyaknya model dan desain pakaian yang sama di seluruh kalangan produksi barang, seperti merek *jeans levis* dengan *wrangler* pada dasarnya celananya sama hanya yang membedakan adalah jenis bahan dan kualitas yang disesuaikan di negara masing-masing, mengenai hambatan desain barang Bapak Ahmad mengungkapkan:

“Barang yang Kita produksi, hambatannya itu kalau modelnya mirip dengan model yang dijual di tempat lain, jadi kaya plagiat gitu, terus saat pandemi gini hambatannya jarang ada yang membeli hasil produk yang Kita buat, ya karena pandemi saja, kalau engga ya penjualan normal, karena pandemi juga kan pemasukan jadi berkurang”.<sup>11</sup>

Media sosial menjadi proses penjualan yang sangat membantu dalam penambahan profit yang dilakukan oleh

AZURA dengan membuat situs web pribadi dan menggunakan media sosial lainnya membantu laju perkembangan produksi hingga penjualan, upaya tersebut dilakukan agar perusahaan tetap berjalan dan bekerja, selain itu mengenai desain, *designer* melakukan pola perubahan dalam desain pakaian yang dilakukan untuk mengurangi plagiat pakaian atau menjiplak sehingga proses pembuatan pakaian tetap berlangsung dan desain-desain baru bisa muncul dan ditawarkan kepada konsumen. AZURA menjual pakaian yang paling laku keras mengenai desain mereka adalah pakaian pria hal tersebut diungkapkan oleh Ibu Daniah “*best seller* Kita dari kaos dan celana *boxer*, jeans juga laku di tempat kami”<sup>12</sup>, produksi pakaian yang menjadi produk barang laku keras akan membuat citra masyarakat terhadap *brand* itu sendiri, sehingga konsumen mengetahui bahwa barang yang terkenal di AZURA adalah kaos, *boxer* dan berbagai celana *jeans*.

### C. KESIMPULAN DAN SARAN

#### 1. Kesimpulan

AZURA tentunya banyak menjual barang yang umumnya adalah pakaian dan

---

<sup>11</sup> Wawancara dengan Supervisor Pakaian Pria di *Heritage Factory Outlet* Moh Tohayaitu Bapak Saiman Cholil

<sup>12</sup> Wawancara dengan Manager di *Heritage Factory Outlet* Moh Tohayaitu Ibu Daniah Septiani

celana, pemasok memberikan bantuan secara tidak langsung untuk menambah banyaknya jenis dan model barang yang dijual, karena pada dasarnya saat memproduksi suatu barang tentunya sudah memperkirakan modal yang dikeluarkan dan perolehan keuntungan dari suatu barang maupun jasa, keuntungan yang diperoleh dari pemasok maupun AZURA harus seimbang, hingga kepercayaan antara pemasok dan *outlet* nya bisa berjalan dengan baik, karena proses kerjasama antar keduanya saling memberi keuntungan.

Media sosial menjadi proses penjualan yang sangat membantu dalam penambahan profit yang dilakukan oleh AZURA dengan membuat situs web pribadi dan menggunakan media sosial lainnya membantu laju perkembangan produksi hingga penjualan, upaya tersebut dilakukan agar perusahaan tetap berjalan dan bekerja, selain itu mengenai desain, AZURA memiliki banyak pesaing, namun dalam mengatasi hambatan yang terjadi AZURA memaksimalkan dalam pelayanan sehingga kepuasan konsumen menjadi nilai ukur dalam keberhasilan mengatasi pesaing, selain itu desain barang yang mereka milikipun mampu bersaing dengan

*outlet-outlet* lainnya yang berada di Kota Bandung, selain itu dengan tempat yang bisa menjadi tempat wisata karena bangunan yang tua dan membuat AZURA mudah dikenal oleh masyarakat dan konsumen-konsumennya

## 2. Saran

- a. Menjual barang dengan desain tersendiri secara baru, tidak hanya kaos, kemeja dan celana *jeans*, tapi seperti tas dan sepatu, karena peminat *fashion* untuk tas dan sepatu sangat banyak, hal tersebut bisa meningkatkan produk penjualan barang buatan Indonesia dan mampu bersaing secara internasional.
- b. Memberikan kesempatan karyawan untuk menjual *online* dengan bagi hasil, agar proses penjualan yang dilakukan karyawan bisa meningkat dan omset penjualan meningkat, namun harus dilakukan juga pengawasan kepada karyawan agar tidak bertindak curang

## DAFTAR PUSTAKA

Fahmi, Irham  
2015 Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis, Alfabeta, Bandung

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane  
2009 Marketing Managament.  
Edisi 13, Erlangga, Jakarta