

## Penerapan Marketing MIX Dalam Meningkatkan Penjualan JAS Laboratorium

**Ida Ayu Triana**

Universitas Sanggabuana YPKP, Jln Surapati No 189 Cibeunying Kaler Bandung Jawa Barat  
[idaayutriana@gmail.com](mailto:idaayutriana@gmail.com)

**Dety Mulyanti**

Universitas Sanggabuana YPKP, Jln Surapati No 189 Cibeunying Kaler Bandung Jawa Barat  
[dmdetym@gmail.com](mailto:dmdetym@gmail.com)

### **Abstract**

*Business in the field of selling laboratory coats is intended to make it easy for analysts and student analysts to obtain laboratory coats, with good quality and affordable prices. Marketing mix is very important in the current situation where trade competition is getting tighter. With the marketing mix, we can find out the elements of the lab coat business in more detail. The method used in this research is literature study, namely by searching various written sources, both in the form of journals, archives, magazines, books, articles, and relevant documents so that the information obtained from the literature study is used as a reference. to strengthen existing arguments. Sales of laboratory coats must provide quality products at affordable prices. The application of mix marketing aims to maintain and optimize product quality, obtain competitive prices in the market, increase sales onset and increase the number of customers.*

**Keywords:** baju jas lab, mix marketing, studi literature

### **Abstrak**

Bisnis usaha di bidang penjualan jas laboratorium dimaksudkan agar analis dan mahasiswa analis mudah untuk memperoleh jas laboratorium, dengan kualitas yang baik dan harga terjangkau. Marketing mix sangat penting dalam situasi sekarang yang semakin ketatnya persaingan perdagangan. Dengan marketing mix kita dapat mengetahui elemen bisnis jas lab dengan lebih detail. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur yaitu dengan melakukan pencarian terhadap berbagai sumber tertulis, baik berupa jurnal – jurnal, arsip, majalah, buku – buku, artikel, serta dokumen – dokumen yang relevan hingga informasi yang didapat dari studi kepustakaan digunakan sebagai rujukan untuk memperkuat argumen – argumen yang ada. Penjualan baju jas laboratorium ini harus memberikan produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau. Penerapan mix marketing bertujuan untuk mempertahankan dan mengoptimalkan kualitas produk, mendapatkan harga yang bersaing di pasaran, meningkatkan onset penjualan dan meningkatkan jumlah pelanggan.

**Kata kunci:** baju jas lab, mix marketing, studi literatur

## PENDAHULUAN

Seiring dengan semakin bertambahnya kebutuhan masyarakat akan pakaian maka semakin meningkatkan usaha di bidang konveksi seperti garment, butik, outlet. Kondisi seperti ini mengakibatkan persaingan yang ketat dalam usaha di bidang konveksi. Banyaknya bermunculan usaha baru baik mikro maupun makro, membuktikan bahwa semakin giatnya masyarakat mencari peluang usaha dalam rangka memenuhi kebutuhan sehari – hari dan meningkatkan taraf hidup. (Prabawa, 2010:1).

Salah satu usaha yang terbilang mudah dan terus berkembang pada saat ini adalah usaha dagang. Namun demikian usaha dagang ini mengalami kesulitan dalam hal bagaimana mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, bagaimana mempertahankan dan meningkatkan jumlah pembeli. Kunci dasar agar tetap dapat bertahan di pasar adalah inovatif, kreativitas, pemasaran dan penggunaan teknologi. Hal ini menyebabkan pengusaha konveksi harus selalu tanggap dengan permintaan pasar ( Emy Setyawati, 2021: 1).

Tanggap terhadap permintaan pasar merupakan salah satu cara agar dapat tetap bertahan di pasaran. Sampai saat ini pemasaran masih merupakan kegiatan utama untuk berlangsungnya kegiatan usaha. Manajemen pemasaran memiliki tugas yang berat karena seluruh aktivitas dan kemajuan perusahaan bergantung pada berhasil tidaknya pemasaran. Agar kegiatan usaha berjalan lancar maka perlu diterapkan suatu strategi pemasaran. Inovasi dalam bidang pemasaran sangatlah penting bagi usaha di bidang barang maupun jasa (Zainurossalamia, 2021:1).

Salah satu strategi bisnis yang dapat diterapkan adalah memperkuat dari sisi strategi bauran pemasaran/*marketing mix* 4P yaitu *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi) dan *location* (tempat). Bauran pemasaran (*marketing mix*) ini memiliki fungsi yang sangat penting untuk berjalannya suatu perusahaan yaitu dalam hal barang yang berkualitas, harga yang terus bersaing, lokasi yang terjangkau dan promosi yang baik. Maka penelitian ini bertujuan membahas bagaimana strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan penjualan serta memperluas mangsa pasar.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### 1. Definisi manajemen pemasaran

Manajemen yaitu merupakan suatu cara, teknik dan seni untuk mengatur pemanfaatan sumber daya yang ada secara efektif dan efisien melalui perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian yang dilakukan oleh individu yang sudah ditetapkan sebelumnya untuk mencapai suatu tujuan organisasi.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan berjalannya perusahaan, mengembangkan perusahaan dan meningkatkan keuntungan perusahaan yang sebesar – besarnya (Zainurossalamia, 2021: 3).

### 2. Definisi strategi pemasaran

Strategi adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang, arah tindakan dan alokasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai sasaran dan tujuan.

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan, sasaran, kebijakan serta aturan yang memberi arahan kepada usaha – usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu (Nirmala Dewi, 2021:8).

### 3. Definisi bauran pemasaran (mix marketing)

Bauran pemasaran adalah kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel mana dapat dikendalikan oleh pemasaran untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen (Putra, 2019: 7)

Bauran pemasaran terdiri dari (Amiruddin, 2022: 15-20)

#### 1. Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan.

#### 2. Harga (price)

Harga adalah jumlah yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

#### 3. Promosi

Promosi adalah merupakan kegiatan untuk mempengaruhi pelanggan agar dapat mengenal produk yang ditawarkan perusahaan dan kemudian pelanggan ingin mencoba dan membelinya

#### 4. Place(tempat)

Tempat adalah kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi sasaran.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur yaitu dengan melakukan pencarian terhadap berbagai sumber tertulis, baik berupa jurnal – jurnal, arsip, majalah, buku – buku, artikel, serta dokumen – dokumen yang relevan hingga informasi yang didapat dari studi kepustakaan digunakan sebagai rujukan untuk memperkuat argumen – argumen yang ada (Luthfi, 2018: 383).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada penjualan jas labotatorium analis harus menerapkan elemen marketing mix 4P dengan baik. Adapun produk yang baik meliputi:

1. Baju jas laboratorium dengan kualitas kain yang halus, dingin, nyaman dipakai, bersih, tidak mudah kusut, tidak mudah luntur, dan mudah dicuci.
2. Baju jas laboratorium dengan jaitan yang rapi, tidak terlihat bekas jahitan, tidak nampak adanya sambungan kain dengan kain.
3. Baju jas laboratorium yang dikemas dengan plastik yang rapi, tidak mudah sobek, tidak mudah tembus air sehingga tidak mudah rusak dan basah ketika pengiriman.

Kualitas produk yang baik dapat membantu meningkatkan onset penjualan. Sehingga diharapkan dapat bertahan di pasaran dan meningkatnya jumlah konsumen.

Price (harga) memiliki perbedaan dalam hal baju jas laboratorium dengan lengan panjang akan lebih mahal daripada lengan pendek. Kriteria harga yaitu:

1. Harga jual yang mampu bersaing di pasaran.
2. Harga yang terjangkau seluruh lapisan masyarakat.
3. Harga baju yang relatif murah untuk sebuah bahan yang berkualitas
4. Harga jual untuk jas laboratorium lengan panjang lebih mahal Rp 10.000,- dibandingkan dengan jas laboratorium lengan pendek.
5. Harga jas laboratorium dengan model lengan serut sesuai dengan standar JCI lebih mahal Rp5.000,- dibandingkan dengan model lengan biasa.

Saluran distribusi (place) lokasi toko penjualan baju jas laboratorium analis haruslah memenuhi kriteria mix marketing 4P yaitu:

1. Lokasi penjualan yang strategis.
2. Lokasi yang mudah dijangkau oleh berbagai kendaraan.
3. Lokasi yang nyaman untuk parkir.

Promotion (pemasaran) harus dapat menerapkan marketing mix 4P yaitu diantaranya adalah

1. Penawaran dan promosi melalui internet, toko online seperti shopee, lazada, tokopedia,
2. Penawaran dan promosi melalui media elektronik seperti iklan di siaran televisi, iklan di radio.
3. Penawaran dan promosi melalui media cetak seperti brosur, koran, dan majalah.
4. Penawaran dan promosi ke rumah sakit, klinik pratama dan laboratorium.

## **KESIMPULAN**

Penerapan marketing mix yang dilakukan dengan baik dan konsisten bertujuan untuk mengejar kepuasan pelanggan, kepercayaan konsumen serta menjaga perasaan konsumen untuk merasa loyal mendapatkan kualitas dan fasilitas yang memadai.

## **SARAN**

Masukan dan saran yang bisa diberikan adalah selalu konsisten untuk memberikan produk yang berkualitas. Berusaha mencari inovasi baru dalam hal model dan pemasaran. Marketing mix harus selalu dioptimalkan agar kepuasan pelanggan, loyalitas, kepercayaan pelanggan dapat lebih maksimal sehingga onset penjualan meningkat.

## **BIBLIOGRAFI**

Adhiimsyah Luthfi et all, (2018) Penerapan Marketing Mix Dalam Meningkatkan Penjualan Jasa

Bisnis Perhotelan <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/download/9184/6149/>

Emy Setyawati et all, (2021) Peningkatan Omset Penjualan Pedagang Pakaian Melalui Marketing Mix Studi Pada Pasar Muntilan Kabupaten Magelang  
<https://journal.stekom.ac.id/index.php/Bisnis/article/download/344/252>

I Dewa Gede Putra Prabawa et all, (2010) Pembuatan Jas Laboratorium Dengan Metode Suplier Sebagai Usaha Penyediaan Jas Lab Bagi Pelajar Di Bali  
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/iptekma/article/download/3270/2346/>

Rina Ayu Vildayanti (2019) Analisis Strategi Marketing Mix(4P) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Jasa Periklanan Bigevo Di Jakarta Selatan Tahun 2019 [http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek/article/viewFile/1287/pdf\\_1](http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek/article/viewFile/1287/pdf_1)

Saida Zainurossalamia (2021) Manajemen Pemasaran dan Strategi,  
[https://scholar.google.co.id/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=en&user=OyfmTWgAAAAJ&citation\\_for\\_view=OyfmTWgAAAAJ:M3NEmzRMiKIC](https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=OyfmTWgAAAAJ&citation_for_view=OyfmTWgAAAAJ:M3NEmzRMiKIC)

Sri Wijati (2018) Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep.4P ( product, price, place, promotion) Pada Merk Bintang Toedjoe Jahe Merah  
[https://www.academia.edu/83221295/Analisa\\_Strategi\\_Marketing\\_Mix\\_Menggunakan\\_Konsep\\_4p\\_Price\\_Product\\_Place\\_Promotion\\_Pada?f\\_ri=99880](https://www.academia.edu/83221295/Analisa_Strategi_Marketing_Mix_Menggunakan_Konsep_4p_Price_Product_Place_Promotion_Pada?f_ri=99880)

Taufan Eka Putra Lasabuda et all,(2022) Marketing Mix Kepuasan Konsumen Modern Retail Stores  
[https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=marketing+mix+kepuasan+konsumen+modern+retail+stores&oq=marketing+mix+kepuasan+konsumen+modern+retail+sto#d=gs\\_qabs&t=1676964158409&u=%23p%3DbBEMqloc3FAJ](https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=marketing+mix+kepuasan+konsumen+modern+retail+stores&oq=marketing+mix+kepuasan+konsumen+modern+retail+sto#d=gs_qabs&t=1676964158409&u=%23p%3DbBEMqloc3FAJ)