

Analisis Strategi Penjualan Paket Data Internet Pada Konter Andika Cell

Alinda Restu Fauji

Universitas Teknologi Digital

Email: alinda10121637@digitechuniversity.ac.id

Ageng Saepudin Kanda S

Universitas Teknologi Digital

Email: agengsaepudin@digitechuniversity.ac.id

JL. Cibogo No.Indah 3, Mekarjaya, kota bandung, Jawa Barat

Korespondensi penulis: alinda10121637@digitechuniversity.ac.id

Abstract: *Andika Cell's retail counter marketing strategy in attracting customers. Based on interviews conducted at the Andika Cell counter in December 2023, social media marketing and advertising programs were identified as the most important strategies. Social media marketing uses platforms such as Facebook and Instagram to reach a wide audience, while the discount program includes special offers such as free data exchange with the purchase of at least 3 data packages and additional gifts such as the purchase of free tamperglass accessories. Based on analysis, this strategy was successful in increasing sales and improving customer loyalty. To strengthen Andika Cell's position in the market, recommendations were made to optimize social media presence, maintain and improve advertising programs, and develop cross-selling and up-selling strategies.*

Keywords: *strategy, sale, internet data package, counter*

Abstrak: Strategi Counter Marketing Retail Andika Cells dalam Akuisisi Pelanggan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan di counter Andika Cell pada bulan Desember 2023, program pemasaran dan periklanan media sosial diidentifikasi sebagai strategi utama. Pemasaran media sosial memanfaatkan platform seperti Facebook dan Instagram untuk menjangkau khalayak luas, dan program diskon mencakup pertukaran data gratis ketika Anda membeli 3 paket data atau lebih, serta pembelian aksesoris kaca tamper gratis. Ini juga mencakup keuntungan seperti hadiah tambahan. Berdasarkan analisa, strategi ini sangat berhasil untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan loyalitas terhadap pelanggan. Rekomendasi diberikan untuk mengoptimalkan kehadiran media sosial, mempertahankan dan meningkatkan program periklanan, serta mengembangkan strategi cross-selling dan up-selling untuk memperkuat posisi pasar Andika Cell.

Kata kunci: strategi, penjualan, paket data internet, konter.

LATAR BELAKANG

Strategi penjualan atau pemasaran banyak dijumpai dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat. Oleh karena itu jual beli atau lebih dikenal dengan perdagangan terjadi antara pembeli dan penjual di satu tempat. Karena transaksi jual beli untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sehari-hari (taufik, 2019).

Teknologi internet kini sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat segala usia, termasuk anak-anak, generasi milenial, hingga orang tua lanjut usia. Karena keberadaan Internet ini memudahkan orang dalam berkomunikasi dan berinteraksi. Saat ini lebih dari separuh penduduk Indonesia pengguna internet. (ariyanto, 2022)

Andika Cell adalah salah satu konter yang beralamat di Kp. Leuweung lame rt 05/rw 01 desa kertajaya kecamatan ciranjang kabupaten cianjur jawa barat, usaha yang di dirakan oleh andika ini menjual berbagai ragam aneka jenis paket data internet, selain paket data

Received Desember 05, 2023; Accepted Januari 05, 2024; Published Februari 29, 2024

* Alinda Restu Fauji, alinda10121637@digitechuniversity.ac.id

internet pun konter ini menyediakan berbagai macam jenis asesoris handphone seperti tamperglas, case handphone, earphone, kabel data dan masih banyak jenis lain nya yang di jual.

KAJIAN TEORITIS

Strategi penjualan

Penjualan adalah kegiatan atau usaha menjualan produk atau jasa. Dalam proses penjualan ini, penjual atau disebut sebagai penyedia barang dan jasa mengalihkan kepemilikan barang tersebut kepada pembeli dengan harga tertentu. Metode penjualannya itu bermacam-macam, ada yang penjualan langsung maupun melalui distributor. (marsono, 2019)

Persaingan dalam dunia usaha khususnya pada perusahaan yang berorientasi pada penjualan semakin ketat, sehingga para pengembang perlu menjajaki strategi penjualan yang dapat meningkatkan keuntungan dari pemasaran produk yang dijual. Dengan pemikiran ini, salah satu solusi adalah memanfaatkan pemrosesan data penjualan produk. Mengingat data penjualan yang terus bertambah dan terakumulasi setiap harinya, sebenarnya data tersebut menjadi informasi penting perusahaan dari sudut pandang pelaporan (zulfa, 2020).

Konsep penjualan adalah salah satu tren bisnis yang umum penjualannya adalah jika dibiarkan, konsumen dan bisnis tidak akan membeli cukup produk dari organisasi tertentu. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengambil langkah-langkah penjualan dan periklanan yang aktif dan proaktif. Konsep ini mengasumsikan bahwa konsumen pada umumnya menunjukkan kelembaman atau penolakan untuk mendorong mereka membeli lebih banyak (fadillah, 2020).

Adapun konter andika cell ini menggunakan startegi penjualan sistem memberi give pada setiap pelanggan/konsumen yang sering berbelanja di toko nya ini, sehingga membuat para pelanggan semakin tertarik untuk berbelanja disini, pemasaran penjualannya sering kali di lakukan dengan cara memasang iklan di media social ketika sedang terjadinya promo dan penurunan harga maka dari itu sangat memudahkan konsumen untuk mencari informasi dan langsung melakukan pembelian

Paket Data Internet

Paket Internet adalah layanan yang disediakan oleh penyedia telekomunikasi atau data yang mengharuskan konsumen membayar sejumlah nominal dalam Rupiah untuk penggunaan internet atau data. Untuk pengguna telepon seluler: Jika Anda tidak menggunakan paket Internet, biaya akan dipotong dari saldo telepon Anda setiap kali Anda membuat sambungan data atau Internet (sagap, 2021).

Saat ini kartu paket data sudah banyak jumlahnya dan masing-masing memiliki keunggulan tersendiri sehingga konsumen bebas memilih merek sesuai keinginannya. Beberapa konsumen berpindah paket data hingga mereka menemukan apa yang mereka

inginkan, yaitu akses mudah ke Internet. Kemudahan dalam menggunakan Internet menjadi nilai tambah bagi operator (syahroni, 2020).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas strategi penjualan, menilai kebutuhan pelanggan dan menyusun strategi untuk meningkatkan penjualan pada counter Andika Cell.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif, yaitu penelitian deskriptif dan analitis. Deskriptif artinya menggambarkan dan menggambarkan peristiwa, fenomena dan situasi sosial yang diteliti dalam penelitian kualitatif. Analisis berarti penafsiran, penafsiran dan perbandingan data penelitian. (marinu, 2023)

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan wawancara kepada Andika selaku pemilik konter. Alat pengumpulan data lainnya diambil dari dokumentasi yang dapat digunakan untuk memperkuat validasi hasil.

Pada saat penelitian dilakukan pada bulan Desember 2023, penelitian ini dilakukan di konter Andika cell yang berlokasi di kp leuweung lame rt 05 rw 01, Kertajaya, Cianjang kabupaten Cianjur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil survei wawancara yang dilakukan di counter Andika Cell pada bulan Desember 2023, kami menanyakan beberapa pertanyaan mengenai “strategi penjualan” yang diterapkan Andika Cell selama survei berlangsung.

Pertanyaan kami saat wawancara adalah “strategi apa yang digunakan Andika untuk menarik pelanggan?” Andika pun menjawab bahwa strategi pemasaran yang dilakukannya adalah social media marketing dan sistem yang diterapkan oleh Andika Cell adalah jika membeli minimal 3 paket data maka akan mendapatkan gratis 1 kali penukaran data. Dan juga ketika Anda membeli aksesoris seperti casing ponsel, Anda mendapatkan tamper glass gratis.



Gambar 1 paket data internet dan aksesoris handphone

Andika Cell menggunakan dua strategi utama untuk menarik pelanggan, yaitu pemasaran media sosial dan program promosi untuk meningkatkan penjualan paket data dan aksesoris.

Pemasaran media sosial Andika menggunakan kekuatan media sosial sebagai bagian penting dari strategi pemasarannya. Andika Cell dapat menjangkau khalayak luas dan berinteraksi dengan calon pelanggan melalui Facebook, Instagram, Twitter atau platform lainnya. Aktivitas media sosial dapat mencakup promosi produk, review pelanggan, informasi produk terkini dan berbagai konten menarik untuk menjaga minat pelanggan.



Gambar 2 paket data internet

Program promosi paket data Andika Cell menerapkan program diskon yang fokus pada penjualan paket data. Strategi ini mencakup penawaran khusus dimana pelanggan mendapatkan satu kali transfer data gratis ketika membeli minimal 3 paket data. Hal ini dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan yang rutin menggunakan data sehingga mendorong mereka untuk memilih Andika Cell sebagai penyedia layanannya.

Untuk meningkatkan penjualan aksesoris, Andika Cell memberikan insentif tambahan dengan memberikan gratis tamperglass kepada pelanggan yang membeli case ponsel. Tujuan dari strategi ini adalah untuk mendorong pelanggan membeli perangkat baru, serta alat pelindung diri lainnya. Hal ini tidak hanya meningkatkan nilai transaksi bagi pelanggan, namun juga memperkuat loyalitas pelanggan dengan memberikan nilai tambah. Intervensi dan peningkatan penjualan pada program pemasaran ini memungkinkan Andika Cell menerapkan strategi cross-selling dan up-selling. Pelanggan yang awalnya hanya berencana membeli paket data mungkin tertarik untuk menambahkan paket tambahan ketika mereka mengetahui bahwa mereka mendapatkan tamperglass gratis.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil survei wawancara yang dilakukan di counter Andika Cell pada bulan Desember 2023, dapat disimpulkan bahwa Andika Cell menerapkan strategi pemasaran terpadu untuk menarik pelanggan. Dua strategi utama yang digunakan adalah pemasaran media sosial dan program promosi khusus penjualan paket data dan aksesoris. Pemasaran melalui

media sosial memberikan visibilitas luas dan komunikasi langsung dengan pelanggan bagi Andika Cell, sedangkan program diskon mendorong pelanggan untuk membeli lebih banyak.

Saran

Optimalkan kehadiran media sosial anda terus tingkatkan konten di platform media sosial untuk menjaga minat pelanggan. Memberikan informasi produk terkini, review positif dan penawaran eksklusif yang dapat meningkatkan komunikasi dan kehadiran online Andika Cell.

Memelihara dan mengembangkan program periklanan seperti evaluasi dan update program promosi secara berkala, seperti penukaran data gratis untuk pembelian paket tertentu. Pastikan program tersebut tetap relevan dan menarik bagi pelanggan, dan pertimbangkan untuk meluncurkan program promosi baru untuk menarik pelanggan baru.

Lacak dan analisis data penjualan secara teratur untuk memahami tren pembelian pelanggan. Hal ini dapat membantu Andika Cell menjadikan strategi pemasaran dan promosi penjualannya lebih efektif dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan.

Kembangkan strategi cross-sell dan up-sell terus menggunakan strategi cross-selling dan up-selling untuk meningkatkan nilai transaksi bagi pelanggan. Identifikasi produk atau layanan lain yang dapat ditawarkan kepada pelanggan yang sudah tertarik dengan penawaran diskon.

Memperkuat hubungan pelanggan dengan membangun dan memelihara hubungan pelanggan yang kuat melalui komunikasi positif, layanan pelanggan yang responsif dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

Daftar referensi

- Ariyanto. (2022). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal ekonomi bisnis*, 2.
- Fadillah, n. (2020). Pengertian, konsep, dan strategi pemasaran syari'ah. *Jurnal studi ilmu keagamaan islam*, 6.
- Marinu. (2023). Pendekatan penelitian pendidikan: metode penelitian kualitatif, metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kombinasi (mixed method). *Jurnal pendidikan tambusai*, 1.
- Marsono. (2019). Analisis data mining pada strategi penjualan produk pt aquasolve sanaria dengan menggunakan metode k-means clustering. *Jurnal teknologi informasi dan sistem komputer*, 2.
- Sagap, u. (2021). Analisis jual beli paket data internet dalam perspektif ekonomi islam di kecamatan rasanae barat kota bima. *Jurnal ekonomi syariah*, 9.

- Syahroni. (2020). Faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian kartu paket data internet .etprint uniska, 2.
- Taufik, a. (2019). Strategi penjualan. Jurnal ekonomi syariah, 3.
- Zulfa. (2020). Implementasi data mining untuk menentukan strategi penjualan buku bekas dengan pola pembelian konsumen menggunakan metode apriori. Jurnal sains dan teknologi, 2.