INTELEKTIVA
Published By KULTURA DIGITAL MEDIA (Research and Academic Publication Consulting)
E-Journal E-ISSN 2686-5661

OPTIMASI PENJUALAN UNTUK MENINGKATKAN PROFITABILITAS DI PT MUTIARA COLLECTION SLEMAN, YOGYAKARTA

Maratun Nafiah[1], Dias Ayu Listyorini[2], Dhini Aminati Nurhasanah[3], Siti Aisyah[4], Edy Winarno[5], Khusnul Wibi Prasetyo[6], Unna Ria Safitri[7]

[1,2,3,4,5,6,7)]Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Boyolali
Email : maratunnafiah248@gmail.com , dhini.hsnh@email.com, diaslistyorini@gmail.com, aisyah091206@gmail.com, prasetyoyadi53@gmail.com, winarnoedy29@gmail.com.

ABSTRACT

PT. Mutiara Collection, a convection in Sleman, Yogyakarta, makes school supplies such as headscarves, ties, hats, and others well. The purpose of this study is to find ways to improve the company's competitiveness through product marketing and quality development. Based on direct observation and interviews with business owners, PT. Mutiara Collection focuses on the quality of raw materials, production timeliness, and post-delivery payment systems as the main ways to build customer trust. Promotion is done through social media such as WhatsApp, which facilitates easy interaction with consumers, Flexible and innovative marketing strategies for products are essential to maintain customer loyalty and increase sales. The company targets students in Sleman, but also accepts orders from all over Indonesia.
Keywords : *Content, Formatting, Article.*

ABSTRAK

PT. Mutiara Collection, sebuah konveksi di Sleman, Yogyakarta, membuat perlengkapan sekolah seperti jilbab, dasi, topi, dan lainnya dengan baik. Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan cara untuk meningkatkan daya saing perusahaan melalui pemasaran produk dan pengembangan kualitas. Menurut pengamatan langsung dan wawancara dengan pemilik bisnis, PT. Mutiara Collection berfokus pada kualitas bahan baku, ketepatan waktu produksi, dan sistem pembayaran pasca-pengiriman sebagai cara utama untuk membangun kepercayaan pelanggan. Promosi dilakukan melalui media sosial seperti WhatsApp, yang memudahkan interaksi yang mudah dengan konsumen. Strategi pemasaran yang fleksibel dan inovatif untuk produk sangat penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan meningkatkan penjualan. Perusahaan menargetkan siswa di Sleman, tetapi juga menerima pesanan dari seluruh Indonesia.
Kata Kunci : Konten, Pemformatan, Artikel

PENDAHULUAN

Banyaknya perkembangan bisnis yang semakin meningkat di era globalisasi membuat banyak persaingan usaha. Hal ini dapat mendorong banyak perusahaan untuk saling bersaing dan berinovasi dalam meningkatkan kualitas produk, dari banyaknya faktor tersebut sebuah perusahaan harus meningkatkan kualitas dan keunggulan produk agar dapat menarik perhatian konsumen di tengah persaingan yang semakin ketat. oleh karena itu penerapan etika dalam berbisnis harus lebih di perhatikan.

Dalam etika berbisnis di suatu perusahaan mempunyai kedudukan yang cukup penting, suatu usaha bisnis akan memperoleh hasil bisnis yang baik apabila dilandasi dengan moral dan manajemen yang berkualitas serta memiliki etika dalam berinteraksi yang baik. Perusahaan perlu mempertahankan kualitas agar dapat memuaskan permintaan konsumen yang sesuai dengan permintaan disekitarnya. (Luthfiyah dkk., t.t.)

Strategi bisnis juga diperlukan dalam kegiatan pemasaran produk untuk mengembangkan perusahaan serta menciptakan inovasi baru. Dalam menggunakan strategi bisnis akan memperoleh keuntungan yang cukup signifikan dengan cara yang tepat sehingga sasaran pasar yang dituju tertarik pada produk yang akan di tawarkan.

Strategi bisnis merupakan sebuah keahlian yang dimiliki perusahaan dalam penelitian lingkungan luar dan dalam perusahaan, perencanaan, penerapan dari berbagai rencana yang di susun untuk menggapai tujuan perusahaan, serta melakukan penilaian agar memperoleh feedback dalam merancang strategi mendatang. (Fitri Anggreani, 2021)

Sistem pemasaran dengan strategi ini merupakan hal yang cukup baik, dengan cara mengutamakan kualitas yang di butuhkan konsumen. Sebuah interaksi yang di laksanakan menggunakan berbagai metode penawaran yang memikat, dari segi kualitas barang sampai cara dalam memuaskan pelayanan kepada konsumen. (Nofiani & Mursid, 2021)

Perusahaan juga harus selalu mengetahui laba yang dihasilkan karena ketika perusahaan mempunyai laba yang tinggi artinya Kinerja perusahaan baik dan saat labanya turun berarti kinerja perusahaan kurang baik, oleh sebab itu perusahaan harus bisa meningkatkan labanya dan manajer keuangan di perusahaan perlu memahami faktor - faktor yang mempunyai pengaruh terhadap potensi perusahaan dalam mendapatkan laba (Wage dkk., 2022)

Pada suatu perusahaan, kegiatan keuangan dalam perusahaan saling terkoordinasi untuk meningkatkan profitabilitas yang menjadi tujuan perusahaan. Aktivitas tersebut berhubungan dengan penggunaan dana, untuk mendapatkan dana, ataupun juga pembagian laba. Capital investment menyebabkan struktur asset perusahaan yang merupakan perbandingan di antara aktiva lancer dan aktiva tetap, namun keputusan pendanaan dan kebijakan deviden tercermin pada sisi pasiva perusahaan. (Wage dkk., 2022)

Ada beberapa kendala yang di alami PT Mutiara Collection, contohnya pembatalan pesanan barang dalam jumlah banyak. Hal ini sangat merugikan perusahaan, pembatalan pesanan dalam jumlah besar dapat menyebabkan kerugian finansial karena barang yang telah di produksi menjadi stok yang menumpuk dan sulit dijual.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini, menggunakan metode kualitatif. Kami menggunakan wawancara sebagai pendekatan utama untuk mengumpulkan data dan informasi. Wawancara dilakukan dengan narasumber yang telah dipilih berdasarkan kriteria yang relevan dengan topik penelitian. Panduan wawancara digunakan agar pembicaraan tetap terarah, tetapi tetap memberikan kebebasan kepada narasumber untuk menjelaskan jawabannya secara lebih detail. Kegiatan penelitian ini di laksanakan pada tanggal 12 november 2024 yang bertepatan pada hari minggu pukul 09.00 sampai dengan pukul 12.00 WIB. Jumlah peserta adalah 6 peserta. Wawancara dengan bapak ibnu mustofa, pemilik perusahaan, dan dokumentasi di tempat perusahaan dengan beberapa barang produksi untuk hasil kunjungan dan penelitian. Sasaran dari penulisan artikel ini adalah untuk mengetahui strategi dalama pemasaran produk serta cara mengembangkan kualitas produk di berbagai wilayah. Artikel ini juga akan memberikan panduan bagi mereka yang ingin belajar tentang memulai sebuah usaha dan mengetahui beberapa masalah dalam berinteraksi. Pemilik perusahaan dan yang bersangkutan adalah subjek data dan subjek penulisan artikel ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT. Mutiara Collection yang berada di Sleman, Yogyakarta merupakan perusahaan yang bergerak di bidang konveksi yang memproduksi perlengkapan sekolah dari sekolah dasar hingga sekolah menengah atas,diantara lain contoh produk yang dihasilkan yaitu : jilbab, ikat pinggang, dasi, topi, bed sekolah, tali pramuka, piala, dan lain sebagainnya. Dalam perusahaan ini memiliki target penjualan sekitar 10 sekolahan pertahunnya karena kita selalu menjaga kualitas bahan baku, dan selalu tepat waktu pada saat proses pengerjaan hingga menjadi salah satu perusahaan yang di percaya berbagai sekolahan untuk memproduksi perlengakapan sekolah.

PT. Mutiara collection juga melakukan pemasaran produknya menggunakan sosial media seperti WhatsApp dan media lainnya untuk mempromosikan produknya sehingga sekolahan yang ingin menjadi konsumen dapat bertanya mengenai desain, ukuran,motif hingga harga sebelum memesan produk itu.Di dalam pengerjaan produk. kita juga melakukan pengecekan bertahap dari mulai bahan baku,pengerjaan ,hasil dan packing agar kualitas tetap terjaga. Sistem pembayaran di perusahaan ini dilakukan setelah produk di kirimkan kepada konsumen. Target PT. Mutiara Collection berfokus di daerah Sleman, Yogyakarta tetapi tidak menutup kemungkinan ada banyak pesanan di seluruh wilayah Indonesia. Waktu pengerjaan tergantung berapa jumlah pesanan dari berbagai konsumen itu.

Gambar 1. Foto Bahan PT Mutiara Collection Yogyakarta

Ada berbagai strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan di PT. Mutiara Collection. Untuk memastikan kualitas produk dengan memastikan bahan baku yang berkualitas tinggi, disertai dengan proses pengecekan bertahap mulai dari bahan baku, proses pembuatan, hingga tahap pengemasan, sangat penting. Selain itu, bisnis memanfaatkan platform media sosial seperti WhatsApp untuk mempromosikan produknya dan menawarkan konsultasi kepada pelanggan mengenai desain, ukuran, warna, dan harga sebelum mereka melakukan pemesanan. Strategi ini membantu pelanggan berinteraksi dengan lebih mudah dan memperluas jangkauan pasar.

Dalam proses produksi, ketepatan waktu sangat penting bagi perusahaan karena dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan membangun reputasi yang baik. PT. Mutiara Collection tetap memperhatikan pasar Sleman, Yogyakarta, dengan konsumen sekolah sebagai konsumen utama, tetapi juga melihat peluang untuk berkembang ke seluruh Indonesia.

Rasa aman dan kepercayaan pelanggan meningkat dengan sistem pembayaran setelah produk diterima. Dengan menggabungkan strategi-strategi ini, bisnis dapat meningkatkan penjualan, memperluas jangkauan pasar, dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Oleh karena itu, PT. Mutiara Collection berfokus pada inovasi, layanan pelanggan yang baik, dan strategi pemasaran yang fleksibel untuk terus meningkatkan penjualan. Selain itu, perusahaan berkomitmen untuk memperluas jangkauannya sambil mempertahankan kualitas dan kepercayaan pelanggan. Diharapkan strategi ini akan membantu PT. Mutiara Collection berkembang lebih jauh di pasar lokal dan internasional.

Permasalahan di PT Mutiara Collection dapat diatasi dengan cara menerapkan langkah-langkah strategis, seperti memperketat kebijakan pembatalan pesanan dengan menerapkan deposit atau penalti. Selain itu, meningkatkan komunikasi dengan pelanggan dan memastikan kualitas produk serta ketepatan waktu produksi barang dapat membantu mencegah pembatalan di masa mendatang. Dengan manajemen yang lebih baik, perusahaan dapat meminimalkan dampak dari pembatalan pesanan dalam jumlah besar.

Perusahaan dapat melakukan diverifikasi barang dan memperluas pasar sehingga tidak terlalu bergantung pada pesanan besar dari satu atau dua pelanggan saja. Selain itu, menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan menjadi kunci untuk mengurangi resiko pembatalan pesanan. Memberikan layanan yang responsif, seperti kemudahan akses informasi terkait status pesanan, dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Cara ini tidak

hanya membantu perusahaan menghadapi tantangan yang ada tetapi juga memperkuat daya saing di pasar.

KESIMPULAN

PT. Mutiara Collection yang berlokasi di Sleman, Yogyakarta, telah menunjukkan kinerja yang baik dalam konveksi dengan berkonsentrasi pada pembuatan perlengkapan sekolah. Kesuksesan ini didukung oleh penerapan strategi bisnis yang tepat, seperti menjaga kualitas produk melalui pengecekan berkala, menggunakan media sosial untuk promosi dan konsultasi dengan pelanggan, dan menerapkan sistem pembayaran setelah produk diterima. Inovasi produk, ketepatan waktu dalam proses produksi, dan strategi pemasaran yang fleksibel juga merupakan komponen penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. PT. Mutiara Collection menunjukkan potensi pertumbuhan yang besar dengan fokus utama pada pasar lokal Sleman dan peluang untuk meluas ke seluruh Indonesia. Perusahaan ini mampu meningkatkan penjualan dan mempertahankan reputasi yang baik dan berkualitas melalui kombinasi inovasi, layanan pelanggan yang baik, dan pengelolaan bisnis yang profesional.

DAFTAR PUSTAKA

Fitri Anggreani, T. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SWOT: STRATEGI PENGEMBANGAN SDM, STRATEGI BISNIS, DAN STRATEGI MSDM (SUATU KAJIAN STUDI LITERATUR MANAJEMEN SUMBERDAYA MANUSIA). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, *2*(5), 619–629. https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i5.588

Luthfiyah, N. D., Putry, W. E., Putri, N. S., Kansa, A., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (t.t.). *PERENCANAAN DAN STRATEGI BISNIS YANG EFEKTIF DALAM ERA DIGITAL MENGHADAPI TANTANGAN BISNIS MODERN*.

Nofiani, P. W., & Mursid, M. C. (2021). *PENTINGNYA PERILAKU ORGANISASI DAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS DI ERA DIGITAL*. *11*.

Wage, S., Toni, H., & Rahmat, R. (2022a). PENGARUH LIKUIDITAS, SOLVABILITAS, AKTIVITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN DI BURSA EFEK INDONESIA. *JURNAL AKUNTANSI BARELANG*, *6*(1), 41–49. https://doi.org/10.33884/jab.v6i1.455804