

Aktivitas Sampling Untuk Penjualan dan Meminimalkan Biaya Promosi PT. SAMA SAMO MEKAR

Sindy Dhammayati
Universitas Buddhi Dharma
Email : sindydhamma24@gmail.com.

ABSTRAK

PT. SAMA SAMO MEKAR adalah Perusahaan yang bergerak dibidang Jamu dan Farmasi. Perusahaan ini beralamat di Jl. Sinar Hati No 88 Pergudangan Sido Muncul. Dalam pelaksanaan kerja magang penulis melakukan tugas menginput data sampling, mengajukan surat pengajuan sampling, kemudian membantu proses sampling dan memberikan bukti sampling kepada atasan. Produk yang disamplingkan berupa : Tolak Angin Cair, Tolak Linu Cair, Stmj dsb. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak strategi sampling terhadap efektivitas peningkatan penjualan dan meminimalkan biaya promosi. Metode pemasaran yang memberikan sampel produk secara gratis kepada konsumen untuk meningkatkan kesadaran dan minat pembelian. Adanya dampak positif antara penawaran sampel produk dengan peningkatan penjualan. Konsumen yang menerima sampel suatu produk cenderung lebih besar kemungkinannya untuk melakukan pembelian dibandingkan konsumen yang tidak menerima sampel. Kendala yang ditemukan adalah ketidakinginan proses dokumentasi dalam sampling, karena khawatir akan salah digunakan. Solusinya: tetap memberikan bukti namun tidak diperlihatkan muka konsumen tersebut. Selain itu proses dalam pemilahan produk sampling, jika tidak diperhatikan akan menyebabkan tercampurnya produk yang sudah *expired* (sudah kadaluarsa) Solusi yang kedua adalah : Lebih diperhatikan dalam proses pemilahan produk dengan membedakan tempat untuk produk yang sudah expired dan tidak expired. Kendala ketiga adalah adanya ketidaksesuaian dalam surat pengajuan sampling dan stock barang yang disampling. Solusinya : Melakukan pencocokan stock barang dengan surat pengajuan sampling agar tidak terjadinya selisih.

Kata kunci : Sampling Barang, Produk tersamplingkan, Pengelolaan Sampling, Biaya Promosi, sampel

PENDAHULUAN

Menurut Hage Reading dalam kamus ilmu-ilmu sosial, aktivitas adalah segala bentuk kegiatan yang dilakukan oleh manusia yang berhubungan dengan perilaku.

Menurut sugiyono (2020:81) menyatakan Teknik sampling menyatakan bahwa teknik sampling adalah metode pengambilan sampel yang digunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian. Proses pengambilan sampel memiliki tujuan yang beragam tergantung pada konteks dan bidangnya, tetapi intinya adalah memperoleh informasi yang dapat mewakili populasi yang lebih besar dengan efisien. Selain itu, Sugiyono (2019:127) menyebutkan bahwa sampel adalah sebagian kecil dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu.

Manajemen pengambilan sampel mengacu pada serangkaian Langkah dan keputusan yang diambil untuk merencanakan, melaksanakan, dan menganalisis proses pengambilan sampel secara sistematis dan efektif. Tahap pertama dalam manajemen sampling adalah perencanaan yang baik untuk memastikan bahwa sampel yang diambil dapat mewakili populasi. Pelaksanaan melibatkan pengumpulan data dari sampel yang dipilih, yang harus dilakukan dengan cermat sesuai rencana. Setelah data terkumpul, langkah berikutnya adalah menganalisis hasil untuk mendapatkan

evaluasi yang akurat dari sampel yang diambil.

Menurut Mulyadi (dalam Musa, 2016), penjualan adalah kegiatan yang melibatkan transaksi barang atau jasa, baik secara tunai maupun kredit, dengan tujuan utama mendapatkan keuntungan. Dengan manajemen yang baik, perusahaan bisa memperoleh laba yang signifikan dan pelanggan setia. Melalui sampling yang efektif terhadap produk dan pasar, perusahaan dapat lebih memahami kebutuhan konsumen.

Saladin (2002:123) mendefinisikan promosi sebagai komunikasi antara penjual dan pembeli, yang mengubah pembeli potensial menjadi pembeli nyata dan meningkatkan pengenalan produk. Tujuan utama promosi adalah menciptakan kesadaran, minat, dan loyalitas terhadap produk atau layanan. Informasi yang diberikan melalui promosi dapat membuat konsumen mempertimbangkan untuk membeli produk dan mengingatnya di masa depan. Proses dari sampling hingga penjualan, termasuk biaya promosi, merupakan bagian dari strategi pemasaran produk. Mengelola setiap tahap dengan baik dapat membantu meningkatkan keberhasilan produk di pasar. Pembagian sampel produk memberi konsumen kesempatan untuk mencoba tanpa perlu mengeluarkan uang.

Jika konsumen puas dengan produk tersebut, mereka lebih mungkin melakukan pembelian di kemudian hari. Dengan menawarkan pengalaman langsung, perusahaan dapat membangun hubungan baik dengan konsumen, meningkatkan loyalitas, dan memperkuat citra merek, yang pada akhirnya meningkatkan penjualan dalam jangka panjang.

Banyak konsumen ragu mencoba produk baru karena mereka belum yakin dengan kualitas atau manfaatnya. Dengan menawarkan sampel gratis, perusahaan dapat mengurangi risiko yang dirasakan konsumen dan mendorong mereka untuk mencoba produk tersebut. Sampling terbukti menjadi cara yang efektif untuk memperkenalkan produk kepada konsumen yang belum mengenal produk sebelumnya. Dengan mencoba sampel, konsumen dapat mengetahui manfaat dan keunggulan produk secara langsung. Strategi penggunaan sampel juga lebih hemat biaya dibandingkan promosi

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Sejarah Singkat Perusahaan

Perkembangan pola pikir manusia yang semakin maju di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi modern memungkinkan berbagai perusahaan untuk membuka usaha baru. Di era perdagangan saat ini, persaingan antar perusahaan sejenis semakin ketat, terutama karena konsumen menjadi lebih selektif dalam memilih produk. Contoh nyata dari persaingan usaha yang berkembang pesat adalah di industri jamu dan

tradisional seperti iklan di media massa atau promosi di toko. Meskipun ada biaya untuk memproduksi dan mendistribusikan sampel, biaya tersebut sering kali lebih rendah dibandingkan strategi promosi lainnya.

Namun, di PT. SAMA SAMO MEKAR terdapat beberapa masalah, seperti ketidakinginan untuk melakukan dokumentasi selama proses sampling. Keengganan ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor dan berdampak negatif pada kualitas hasil penelitian atau analisis data. Selain itu, perusahaan menghadapi tantangan dalam pemisahan produk campuran dan memilah produk yang kadaluarsa. Proses pemisahan ini bertujuan untuk menjaga kualitas dan memastikan kepatuhan produk. Pengajuan ACC (Approval Confirmation) yang terkadang memakan waktu lama juga menjadi masalah, di mana seharusnya proses persetujuan ini dilakukan dengan cepat sesuai prosedur yang telah ditetapkan, namun sering mengalami penundaan.

obat-obatan, dimana para pengusaha harus menerapkan berbagai strategi pemasaran untuk memaksimalkan penjualan. PT. SAMA SAMO MEKAR adalah perusahaan yang bergerak di bidang distribusi Jamu dan Farmasi Sido Muncul. Perusahaan ini berlokasi di Jalan Pergudangan Sinar Hati 88 Blok C No. 88, Jalan Sinar Hati Raya No. 88, Kelurahan Sukajadi, Kecamatan Karawaci, Kota Tangerang, Provinsi Banten.

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Kedudukan dan Koordinasi

Selama menjalani praktik kerja magang selama sekitar 31 hari di PT. SAMA SAMO MEKAR, mahasiswa bertugas dalam pengelolaan barang sampling dengan tujuan untuk mengurangi biaya promosi. Penempatan mahasiswa pada divisi ini telah disesuaikan dengan program studi yang diambil, yaitu D3 Akuntansi. Dalam pelaksanaan magang, mahasiswa dibimbing langsung oleh Bapak Tulus selaku Supervisor di PT. SAMA SAMO MEKAR, namun juga beberapa kali menerima arahan dari Bapak Andy Wijaya selaku Direktur PT. SAMA SAMO MEKAR. Pada hari pertama magang, mahasiswa mendapatkan penjelasan tentang profil perusahaan dan produk-produk yang akan digunakan sebagai barang sampling. Tugas pengelolaan barang sampling yang diberikan meliputi:

1. Mengelola produk yang mendekati masa kadaluarsa seperti Tolak Angin cair, Tolak Linu cair, dan STMJ.
2. Menyusun surat pengajuan ke kantor pusat terkait sampling produk.
3. Setelah surat pengajuan diajukan, pihak pusat memberikan persetujuan (ACC) yang memungkinkan proses sampling dimulai.
4. Produk kemudian didistribusikan secara terbatas kepada kelompok tertentu untuk pengujian atau evaluasi.
5. Setelah pendistribusian, kemasan produk dikumpulkan dan dikirim kembali ke kantor pusat.

Selain itu, ada sejumlah prosedur lain yang harus diikuti sebagai bagian dari perusahaan. Setelah arahan awal tersebut, mahasiswa diizinkan untuk belajar mandiri tanpa pengawasan khusus, namun tetap berkoordinasi dengan pembimbing. Jika ada hal yang tidak dipahami atau perlu didiskusikan, mahasiswa akan mendapatkan pendampingan dalam menyelesaikan tugas dan tanggung jawabnya. Selama menjalani magang, mahasiswa memperoleh banyak pengetahuan dan pengalaman baru di PT. SAMA SAMO MEKAR, yang memperkaya dan melengkapi teori yang telah dipelajari di bangku perkuliahan.

PEMBAHASAN

Selain itu, terdapat beberapa prosedur lain yang wajib diikuti sebagai bagian dari perusahaan. Setelah diberikan arahan awal, mahasiswa diberikan kebebasan untuk belajar secara mandiri tanpa pengawasan ketat, namun tetap harus berkoordinasi dengan pembimbing. Jika ada hal yang kurang dipahami atau memerlukan diskusi,

mahasiswa akan mendapatkan bimbingan dalam menyelesaikan tugas dan tanggung jawabnya. Selama masa magang, mahasiswa memperoleh banyak pengetahuan serta pengalaman baru di PT. SAMA SAMO MEKAR, yang memperkaya dan melengkapi teori yang telah dipelajari selama perkuliahan.

KENDALA YANG DITEMUKAN

1. Kemasan Robek atau Sobek

Kemasan produk herbal bisa mengalami robek atau sobek akibat penanganan yang tidak hati-hati selama proses pengiriman atau penyimpanan, yang dapat menyebabkan kontaminasi produk atau mengurangi daya tarik di mata konsumen.

2. Kerusakan Akibat Penyimpanan

Jika produk disimpan dalam kondisi yang tidak tepat, seperti kelembapan yang berlebihan atau terpapar sinar matahari langsung, kemasan dapat rusak akibat faktor kelembapan, perubahan suhu, atau paparan cahaya yang terlalu lama.

3. Cacat Akibat Transportasi

Produk yang dikirim bisa mengalami guncangan atau getaran selama perjalanan, yang berpotensi merusak kemasan produk.

SOLUSI YANG DITEMUKAN

1. Menggunakan bahan kemasan berkualitas tinggi yang sesuai dengan karakteristik produk serta lingkungan penyimpanan dan pengiriman.

2. Merancang kemasan yang mempertimbangkan perlindungan dan daya tahan produk terhadap berbagai kondisi.

3. Melatih karyawan yang bertanggung jawab atas penanganan dan pengemasan produk untuk memastikan perawatan yang tepat selama proses penyimpanan dan transportasi.

4. Menerapkan pemantauan dan pengendalian kualitas yang ketat selama proses produksi, penyimpanan, dan distribusi untuk mencegah kerusakan kemasan produk herbal.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dengan memahami pentingnya pengambilan sampel produk dan menerapkannya secara tepat, perusahaan dapat meningkatkan penjualan, memperluas pangsa pasar, serta memperkuat posisi merek di pasar. Pemberian sampel produk memungkinkan konsumen untuk mencoba produk secara langsung, yang dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan mereka. Pengalaman positif ini sering kali mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan memberikan sampel gratis, perusahaan dapat meningkatkan kesadaran merek, menarik minat konsumen, dan membangkitkan ketertarikan terhadap produk. Penggunaan sampel juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dengan memberikan kesempatan kepada mereka untuk mencoba produk tanpa risiko finansial. Jika konsumen merasa puas, mereka berpotensi menjadi pelanggan setia.

Saran

Sebelum melakukan penelitian dan pengambilan sampel, pastikan untuk menentukan target pasar yang tepat. Misalnya, jika produk yang ditawarkan adalah jamu atau suplemen kesehatan, targetkan konsumen yang peduli dengan kesehatan, seperti ibu rumah tangga, pekerja kantoran, atau atlet. Selanjutnya, pilih lokasi yang strategis untuk kegiatan sampling, seperti pusat kebugaran, klinik kesehatan, atau acara

yang berkaitan dengan kesehatan dan gaya hidup. Pastikan lokasi tersebut memiliki lalu lintas pejalan kaki yang sesuai dengan target pasar. Selain itu, kemas produk dalam bentuk yang menarik dan mudah dibawa.

Lakukan pendekatan yang lebih personal dengan melatih tim sampling agar dapat memberikan informasi produk secara ramah dan personal. Mereka harus memahami manfaat produk dan mampu menjelaskannya dengan jelas kepada konsumen. Langkah selanjutnya, gunakan testimoni atau promosi. Sertakan testimoni atau kisah sukses pengguna produk dalam materi promosi, dan jika memungkinkan, tawarkan diskon atau promosi jika konsumen membeli produk setelah sampling. Terakhir, pastikan pengalaman sampling yang diberikan kepada konsumen bersifat positif dan menyenangkan.

REFERENSI

Brand Image Menurut Keller (2020:76)

Hage Reading. (1986). *Kamus Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: CV. Rajawali.

Melatnebar, B., (2019). “*Jurnal Akuntansi Manajerial*” Vol 4 No 2.

Melatnebar, B., (2022). Glow: *Jurnal Pegabdian Kepada Masyarakat* “.Vol. 2 No 1.

Melatnebar, B., (2023). “*Global Accounting*” *Jurnal Akuntansi*. Vol.2 No.2 .

Melatnebar, B.,(2021). “*Jurnal Akuntansi Manajerial*” Vol 6 No 1.

Melatnebar, B.,(2022).“ *The Training On The Implementation Of Psak 71 (Financial Instruments) For The Association Of Young Accountants In The Banten*

Mulyadi. (2016). *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta: SalembaEmpat

Oktaria, Y. Melatnebar, B.,(2021) “ *The Influence Of Profitability, Leverage and Company Size On Tax Aggressiveness* “ Vol 6 No 6

Region “ *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* “ Vol 6 No 27

Saladin, Djaslim, 2002, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*, Penerbit Linda Karya Bandung

Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta

Sugiyono, (2020). *Metode Penelitian
Kualitatif*. Bandung:
Alfabeta.