

**ANALYSIS OF MARKETING STRATEGY IN STUDENTS FACE MASKS BUSINESS  
FOLTA REPPER: FOLIUM TAMARIN RICE PAPER**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA MASKER WAJAH MAHASISWA  
FOLTA REPPER: FOLIUM TAMARIN RICE PAPER**

Marlan Siregar<sup>1</sup>, Sri Lestari<sup>1</sup>, Aulia Hafizah Lubis<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Program studi Agribisnis, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara,  
Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan  
e-mail: [marlansiregar9@gmail.com](mailto:marlansiregar9@gmail.com)

**Abstract**

*In this era people prefer to use instant products. We found this problem during the survey for market opportunities. In addition there are several other problems such as: (1) The length of time in treatment. (2) Difficulty using the product. (3) Solid activity making it difficult to take the time to treat your face. We are here to solve this problem by creating a Folta Reper (Folium Tamarin Rice Paper) product. This product is an instant transparent mask that can be used anytime and anywhere by women and men. Using FOLTA REPPER will not interfere with other activities. Made from natural ingredients: Sour leaves, honey and Rice Paper. The contents of FOLIUM TAMARIN RICE PAPER are: vitamin C, vitamin A, vitamin B1, vitamin B, vitamin B12 and vitamin D. The benefits of removing pimples, making faces brighter, preventing premature aging, lifting dead cells, whitening the face, cooling the skin, spreading the face minimizes pores, smooths the skin and removes smallpox scars on the face. The purpose of this study is to study and analyze "marketing strategies in marketing in the Folta Reper Student Mask business, so that they can find solutions to the problems faced. This study uses an analytical descriptive method by classifying strengths, weaknesses, opportunities and threats and establishing marketing strategies that match the marketing mix. The conclusion of this study is the identification of strengths, weaknesses, opportunities and threats possessed by the product and the intensification of several business strategies through a marketing mix approach.*

**Keyword :** Mask Products, Strategy, Marketing

**Abstrak**

Di era ini orang lebih suka menggunakan produk instan. Masalah ini kami temukan selama survei untuk peluang pasar. Selain itu ada beberapa masalah lain seperti: (1) Lamanya waktu dalam perawatan. (2) Kesulitan menggunakan produk. (3) Aktivitas padat sehingga sulit meluangkan waktu untuk merawat wajah. Kami di sini untuk mengatasi masalah ini dengan menciptakan produk Folta Reper (Folium Tamarin Rice Paper). Produk ini adalah masker transparan instan yang dapat digunakan kapan saja dan di mana saja oleh wanita dan pria. Menggunakan FOLTA REPPER tidak akan mengganggu kegiatan lainnya. Terbuat dari bahan-bahan alami: Daun asam, madu dan Kertas Beras. Isi dalam FOLIUM TAMARIN RICE PAPER adalah: vitamin C, vitamin A, vitamin B1, vitamin B, vitamin B12 dan vitamin D. Manfaatnya menghilangkan jerawat, membuat wajah lebih cerah, mencegah penuaan dini, mengangkat sel-sel mati, mengangkat sel-sel mati, memutihkan wajah, mendinginkan kulit, menyebarkan wajah meminimalkan pori-pori, menghaluskan kulit dan menghilangkan bekas luka cacar yang di wajah. tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari serta menganalisis "strategi pemasaran dalam pemasaran pada usaha Masker mahasiswa Folta Reper, sehingga dapat menemukan solusi terhadap permasalahan yang di hadapi. Penelitian ini menggunakan analisis Deskriptif kualitatif dengan mengklasifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman serta menetapkan strategi pemasaran melalui marketing mix . Kesimpulan dari penelitian ini adalah teridentifikasinya kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh produk serta dirumuskannya beberapa strategi bisnis melalui pendekatan marketing mix.

**Kata Kunci :**Produk Masker, Strategi, Pemasaran

**A. PENDAHULUAN**

Industri UMKM di tanah air saat ini menghadapi situasi yang demikian sulit di tengah perubahan lingkungan bisnis yang semakin kompleks. Persaingan pun telah menjadi kian ketat seiring dengan derasnya arus perdagangan bebas yang secara otomatis membuat kompetisi datang dari

segala penjuru baik domestik, regional, maupun global.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu Negara ataupun suatu daerah, tidak terkecuali di Indonesia. Pengembangan sektor Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) memberikan makna tersendiri pada usaha peningkatan

pertumbuhan ekonomi serta dalam usaha menekan angka kemiskinan suatu negara. Pertumbuhan dan pengembangan sektor UMKM sering diartikan sebagai salah satu indikator keberhasilan pembangunan, khususnya bagi negara-negara yang memiliki income perkapita yang rendah. (Dimas H.W, dkk, 2015)

Peranan UMKM yang sangat besar tersebut, memberikan penjabaran bahwa UMKM harus dapat ditingkatkan lebih baik lagi. UMKM akan mampu bertahan dan bersaing apabila mampu menerapkan pengelolaan manajemen secara baik. Pengelolaan manajemen secara umum mencakup bidang pemasaran, produksi, sumber daya manusia (SDM), dan keuangan. Konsep dan perancangan tertentu di tingkat strategi merupakan faktor kunci keberhasilan. Analisis mengenai pasar, pelanggan dan produk merupakan suatu hal yang sangat penting dalam dunia yang kompleks.

Menurut Purwanto (2008), analisis strategi meliputi “segitiga strategi”, yaitu: Pelanggan, Pesaing dan Perusahaan. Kebanyakan perusahaan/unit usaha melakukan kegiatan produksi dan operasinya hanya sampai berkonsentrasi pada pembuatan produk saja, termasuk perusahaan berskala kecil hingga menengah. Perusahaan seharusnya juga memperhatikan strategi usaha guna mempertahankan mengembangkan usaha yang sudah ada, agar tetap dapat bersaing.

Untuk mampu menciptakan loyalitas pelanggan, para pengembang usaha perlu memiliki suatu strategi pemasaran yang jitu dalam memasarkan produknya, karena strategi pemasaran juga merupakan alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang digunakan untuk melayani pasar sasaran

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang dilakukan seseorang atau kelompok untuk memperoleh sesuatu yang diinginkan atau dibutuhkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai. Selanjutnya *The American Marketing Association* (AMA) mendefinisikan pemasaran sebagai suatu fungsi organisasi dan proses perencanaan untuk menciptakan, mengomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya, serta pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi (Cahyadi H.D dan Sugiono, 2014)

Dengan demikian, maka strategi pemasaran ialah pikiran panjang pemasaran yang digunakan unit bisnis sebagai bentuk upaya dalam meraih tujuan pemasaran. Strategi pemasaran merupakan kesatuan antara strategi khusus yang berkaitan terhadap target pasar, bauran pemasaran (*marketing mix*), serta tingkat pengeluaran kegiatan pemasaran pasar (Kotler,1991)

Strategi pemasaran juga bermakna langkah-langkah yang diambil seorang pengusaha untuk dapat memberikan pengaruh kepada konsumen sehingga konsumen mengetahui serta menimbulkan keinginan untuk memiliki dan kemudian melakukan pembelian produk yang ditawarkannya dengan tujuan untuk memberi kepuasan bagi konsumen, sehingga loyalitas konsumen terhadap perusahaan meningkat. Yang harus dilakukan untuk menciptakan loyalitas pelanggan tersebut, perusahaan harus melakukan baruan pemasaran (*Marketing Mix*) yang dibentuk oleh gabungan empat indikator, yaitu produk

(prodak), harga (*price*), tempat (*place*), promotion atau promosi. (Gitosudarmo, 2000.)

Tingkat dan jenis kebutuhan serta keinginan konsumen itu dapat berbeda satu dengan yang lainnya, yang ini menyebabkan pilihan terhadap terbukanya usaha bisnis peluangnya menjadi semakin banyak dan besar, alasan pemilihan atau tujuan pemilihan dan faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam suatu usaha berbisnis pada setiap konsumen juga berbeda. Selain itu, menentukan segmen mana pangsa pasar berada dan mengidentifikasi konsumen ke dalam segmen-segmen tertentu serta mengidentifikasi target apa yang dicapai dan positioning-nya. (Hendry Hartono, dkk, 2012)

Menurut Chandra, strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk, diantaranya dalam hal mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan saluran distribusi, dan sebagainya (Chandra, 2002)

Dengan adanya strategi pemasaran ini perusahaan dapat meningkatkan penjualan – penjualannya. Perusahaan tersebut dengan matang dapat mengetahui seberapa besar pangsa pasarnya. Selain itu, perusahaan dapat juga mengetahui kebutuhan konsumen berdasarkan segmen yang ada. Citra yang baik serta kepercayaan terhadap perusahaan akan membuat konsumen terpicat untuk mengadakan pembelian ulang dan konsumen tidak akan beralih pada perusahaan lain yang juga menawarkan produk yang sejenis. Bagi perusahaan hal ini akan mempermudah penentuan kebijaksanaan pemasaran yang tepat, sejalan dengan berkembangnya teknologi pada saat ini.

Masker wajah adalah masker kecantikan yang berwujud sediaan gel, pasta dan serbuk yang dioleskan untuk membersihkan dan mengencangkan kulit, terutama kulit wajah. Secara sistematis, masker wajah bertindak merangsang sirkulasi aliran darah maupun limpa, merangsang dan memperbaiki kulit melalui percepatan proses regenerasi dan memberikan nutrisi pada jaringan kulit. Masker wajah juga berfungsi sebagai pembawa bahan-bahan aktif yang berguna bagi kesehatan kulit, seperti ekstrak tumbuhan, minyak esensial, atau rumput laut yang dapat diserap oleh permukaan kulit untuk dibawa ke dalam sirkulasi darah.

Secara umum, kulit terbagi menjadi 3 jenis, yaitu kulit kering, kulit normal dan kulit berminyak. Pembagian ini didasarkan pada kandungan air dan minyak yang terdapat pada kulit. Kulit kering adalah kulit dengan kadar air kurang atau rendah. Kulit normal adalah kulit yang memiliki kadar air tinggi dan kadar minyak rendah sampai normal. Kulit berminyak yaitu kulit yang memiliki kandungan air dan minyak yang tinggi.

Kulit campuran atau resisten dalam dunia kosmetika dikenal juga dengan istilah jenis kulit kombinasi yaitu daerah bagian tengah atau dikenal juga dengan istilah daerah T (dahi, hidung dan dagu) terkadang berminyak atau normal, bagian kulit lain cenderung lebih normal bahkan kering (Muliawan, 2013 : 141). Perawatan wajah dapat dilakukan dengan menggunakan masker wajah. Masker adalah perawatan yang ditujukan untuk mengencangkan tonus (daya bingkis) kulit serta merawat kulit dengan kandungan bahan yang terdapat dalam kosmetik,

untuk perawatan muka / kulit wajah yang memiliki manfaat yaitu memberi kelembapan, merangsang sel sel kulit, mengeluarkan kotoran dan sel sel tanduk yang melekat dikulit, menormalkan kulit dari gangguan jerawat, bintik hitam dan mengeluarkan lemak yang berlebih pada kulit, mencegah, mengurangi keriput keriput dan melancarkan peredaran darah (Rostamilis,2005:152),

Kata Perawatan kulit wajah merupakan salah satu penekanan utama untuk mendapatkan kulit yang cantik, sehat, dan segar. Perawatan kulit wajah adalah cara yang dilakukan untuk mempertahankan kesehatan dan kecantikan kulit wajah seseorang. Perawatan kulit wajah dapat dilakukan dengan dua cara yaitu perawatan kulit dari dalam, dengan mengkonsumsi makanan yang mengandung vitamin C, D, dan E yang berguna untuk menjaga kesehatan kulit wajah. Perawatan kulit wajah dari luar dengan menggunakan kosmetik yang dioleskan pada permukaan kulit wajah dengan perlakuan khusus.

Kulit wajah yang cantik, bersih, mulus dan sehat serta bebas dari penyakit merupakan harapan dari semua orang. Kelainan dari kulit jenis ini sangat mempengaruhi kecantikan wanita karena kecantikan identik dengan penampilan diri dan merupakan aset berharga bagi setiap wanita umumnya. Sehingga perawatan wajah harus dimulai sejak dini. Selain itu, kulit juga mencerminkan kecantikan seorang wanita.

Wanita yang benar-benar menjaga dan merawat kulitnya akan terlihat lebih cantik dibanding dengan wanita yang tidak melakukannya. Kulit yang terawat akan terlihat lebih segar, bersih dan lembut yang akan menambah daya tarik seseorang (Hidayah, 2011 : 100).

Macam-macam perawatan wajah dibedakan menjadi 2 (dua) yaitu pertama perawatan sehari-hari (sederhana) meliputi pembersihan (*cleansing*), penyegaran (*tonic*), pelembapan (*moisturizing*), perlindungan (*protecting*), pemupukan (*nourishing*). Kedua Perawatan secara lengkap ialah perawatan berkala yang dilakukan biasanya 2x dalam 1 bulan. Tergantung kondisi kulit, pada perawatan ini lebih sempurna apabila dilakukan oleh ahli kecantikan di salon maupun klinik kecantikan, meliputi : pembersihan, *epilasi skin peelin*, pengurutan, pengobatan *acne* atau pigmentasi masker (M.G Setijani, 2002:

1). Jerawat adalah kondisi abnormal kulit akibat gangguan produksi kelenjar minyak (*sebaceous gland*) sehingga menyebabkan produksi minyak berlebihan. Keadaan inilah yang memicu terjadinya penyumbatan saluran folikel rambut dan pori-pori kulit (Mumpuni, 2010). Daerah yang mudah terkena jerawat adalah wajah. Meskipun demikian, tidak menutup kemungkinan jerawat dapat terjadi juga di bagian-bagian tubuh lain seperti pada bagian dada, punggung dan tubuh bagian atas lengan. Faktor internal terutama yaitu akibat faktor genetik, sehingga jerawat meninggalkan bekas jerawat yang tentunya mengganggu kepercayaan diri. Faktor eksternal lingkungan seperti cuaca, asap kendaraan, makanan, serta stress dapat memicu timbulnya jerawat.

Cara untuk mengatasi kulit wajah agar jerawat tidak semakin parah, dapat dilakukan dengan cara perawatan. Perawatan wajah menurut Kussantati (2008:191) merupakan Perawatan wajah yang menjadi ketentuan alam jika setiap pertambahan usia membawa konsekuensi penurunan kualitas tubuh. Indonesia dikenal memiliki hasil-hasil kekayaan alam dengan khasiat yang tinggi serta menghasilkan bahan kosmetik yang relatif murah.

Hasil-hasil kekayaan alam tersebut berupa akar, dedaunan, bunga-bunga, rempah-rempah serta

buah-buahan ternyata dapat diolah menjadi ramuan tradisional yang dapat mempercantik dan menyehatkan kulit. Minat masyarakat semakin besar untuk kembali menggunakan produk dengan bahan-bahan alami yang telah dikenal sejak dahulu kala khasiatnya untuk kecantikan, selain resiko yang ditimbulkan pun relatif ringan. Bahan-bahan alamiah yang terdapat di sekitar lingkungan dapat dibuat menjadi berbagai jenis produk perawatan kecantikan tubuh dan wajah seperti lulur, bedak dingin, masker dan sebagainya.

Masker adalah sediaan kosmetik untuk perawatan kulit wajah yang memiliki manfaat yaitu memberi kelembapan, memperbaiki tekstur kulit, meremajakan kulit, mengencangkan kulit, menutrisi kulit, melembutkan kulit, membersihkan pori-pori kulit, mencerahkan warna kulit, merileksakan otot-otot wajah dan menyembuhkan jerawat dan bekas jerawat (Fauzi, 2012: 155). Masker wajah tradisional bebas dari bahan kimia. Bentuk sediaan masker yang banyak terdapat di pasaran adalah bentuk bubuk/serbuk, pasta, gel, kertas/kain. Saat ini telah dikembangkan pemanfaatan bahan-bahan alami sebagai sumber antioksidan dalam sediaan kosmetika (Mario,2001).

Semua bahan alami agar bisa mendapatkan manfaatnya maka harus diaplikasikan langsung sesuai dengan anjuran para ahli gizi. Masker bubuk wajah tradisional umumnya terbuat dari bahan-bahan tradisional, herbal, buah-buahan, dan beberapa sayuran umumnya digunakan untuk membuat masker wajah. Bahan alami yang banyak ditemukan serta dengan harga yang relatif terjangkau dan mudah dibuat, sehingga banyak diminati oleh wanita yang menginginkan wajah lebih putih, cerah, dan berseri. Beberapa bahan alami seperti seledri bisa dimanfaatkan untuk menyembuhkan dan menjegah tumbuhnya jerawat.

Menurut Hidayah (2011 : 17) Manfaat penggunaan perawatan alami/herbal yang dapat diambil antara lain sebagai berikut : Pertama, fakta menunjukkan bahwa 87% bahan kimia yang digunakan di kulit akan terserap sampai ke aliran darah tubuh.

Kedua, herbal sangat mudah didapat dan murah. Ketiga, bahannya berasal langsung dari alam maka cenderung tidak memiliki efek samping layaknya obat-obatan kimia. Menurut [ccrc.farmasi.ugm.ac.id](http://ccrc.farmasi.ugm.ac.id) (Djojoseputro, 2012), seluruh bagian dalam seledri mengandung glikosida apelin (glikosida flavon), isoquer setin, dan umbelliferon. Juga mengandung mannite, inosite, asparagine, glutamine, choline, linamarose, pro vitamin A, vitamin C, dan vitamin B. Vitamin E seperti antioksidan yang menjadi perlindungan utama dari serangan radikal bebas dan mampu menghilangkan jerawat juga mengatasi peradangan pada jerawat yang dapat merusak kulit. Kandungan mineral pada seledri mampu memberikan nutrisi penting bagi kesehatan kulit. Kalsium, magnesium, selenium dan fosfor menjadi kandungan yang dapat menjaga elastisitas kulit. (Dicha V.W, 2018)

Berbagai nutrisi dan senyawa ini membuat seledri memiliki khasiat yang cukup besar bagi kesehatan. Menurut Efran Seiring Perkembangan teknologi dan gaya hidup masyarakat, maka munculnya produk-produk yang sejenis dengan bahan baku yang berbeda, kondisi ini mendorong banyaknya jumlah produsen home industry dan perluasan usaha yang ada, sehingga tingginya produk yang beredar dipasaran menciptakan persaingan pasar yang semakin ketat.

Masker wajah Folta Reper adalah singkatan dari *Folium Tamarin Rice Paper* yang terbuat dari air daun asam jawa, rice paper dan madu. Masker Folta Reper ini adalah produk masker instant yang bisa digunakan dimana pun dan kapan pun tanpa mengganggu aktivitas pengguna. Masker Folta Reper ini sengaja diciptakan berbentuk instant agar membuat pengguna lebih nyaman dan praktis memakainya.

Pada zaman modern ini masyarakat lebih suka yang instan dan praktis. Jadi FOLTA REPER (FOLIUM TAMARIN RICE PAPER) muncul di tengah-tengah masyarakat umum untuk menjaga kesehatan wajah secara maksimal dengan biaya yang ekonomis, instan, dan praktis. FOLTA REPER ini juga memiliki keunggulan yaitu terbuat dari bahan alami karena produk ini memiliki keunggulan yang sangat banyak diantaranya yaitu:

1. Inovatif
2. Berbahan dasar nabati
3. Ramah lingkungan
4. Mempertahankan produktivitas lahan
5. bebas dari bahan kimia
6. Hemat biaya

Berdasarkan kandungan yang ada dapat digunakan sebagai perawatan wajah sebagai masker wajah. Masker sangat bermanfaat untuk menjaga dan merawat kulit wajah, dapat menyegarkan kulit wajah, dapat mengembalikan kulit mati, dengan sel kulit baru serta dapat mengencangkan kulit wajah (Artikel pengertian masker-wajah pada tanggal 08 Mei pukul 09 :23). Masker wajah bertindak merangsang sirkulasi aliran darah maupun limpa, memperbaiki proses regenerasi, dan memperbaiki nutrisi kulit pada jaringan kulit wajah. (Vita M.V, dan Maria K.,)

Masker ini berbentuk serbuk yang cara penggunaannya dengan mencampurkan masker tersebut dengan menggunakan air mawar hingga mengental kemudian dioleskan langsung pada kulit wajah dan tunggu masker tersebut mengering dalam waktu selama 10-15 menit.

## B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yakni prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau dari lisan orang-orang dan perilaku yang diamati. Sifat dari jenis penelitian ini adalah penelitian dengan menggunakan wawancara, responden diminta untuk menjawab pertanyaan umum, dan menetapkan persepsi, pendapat dan perasaan tentang gagasan atau topik yang dibahas dan untuk menentukan arah penelitian. Kualitas hasil temuan dari penelitian kualitatif secara langsung tergantung pada kemampuan, pengalaman dan kesepakatan dari responden.

Lokasi Penelitian adalah Universitas Muhammadiyah Sumatera. Penelitian ini penulis menggunakan pendekatan studi kasus (case study). Studi kasus termasuk dalam penelitian analisis deskriptif, yakni penelitian yang dilakukan terfokus pada suatu kasus tertentu untuk diamati dan dianalisis. Penelitian studi kasus merupakan suatu penelitian kualitatif yang berusaha menemukan makna, menyelidiki proses dan memperoleh pengertian dan pemahaman yang mendalam dari individu, kelompok, atau situasi.

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, sebagai berikut: Pertama data primer adalah data yang diperoleh lewat pengamatan atau wawancara langsung dengan narasumber yaitu usaha masker mahasiswa Folta Reper dan yang kedua itu

data sekunder yang di peroleh dari majalah, buku-buku strategi pemasaran dan jurnal ilmiah mengenai strategi pemasaran

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan: observasi lapangan dengan perhatian fokus terhadap objek tertentu atas setiap kejadian dan gejala yang ada. Observasi ilmiah ialah fokus perhatian kepada setiap kejadian, gejala, atau sesuatu dengan tujuan mengkaji untuk agar setiap factor serta kaedah-kaedah yang mempengaruhinya dapat di ketahui. (Ristandi, J., 2017)

Teknik analisis data penelitian ini adalah kualitatif. Salah satu proses dalam penelitian adalah analisis data yang artinya pengelompokan data yang sudah di himpun dari lapangan dan sudah di olah sehingga kemudian menghasilkan informasi tertentu. Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data-data secara sistematis dari hasil setiap kegiatan pengumpulan data dengan cara pengorganisasian dan penjabaran dalam bagian-bagian unit kata, proses sintesis, penyusunan dalam bentuk pola, pemelihan data yang penting dan akan dipelajari, kemudian membuat kesimpulan yang dapat di laporkan, di infomasikan, atau di kabarkan sehingga dapat dipahami

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang dilakukan merupakan bentuk deskriptif dari hasil penelitian yang di peroleh dan terdiri dari variable penelitian. Langkah yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana pemasaran produk masker Folta Reper, maka penulis melakukan pengumpulan data dengan melakukan wawancara langsung terhadap objek yang di teliti yaitu pelaku usaha masker Folta Reper.

Penelitian ini menggunakan teknis analisis data yang meliputi deskriptif. Analisis deskriptif merupakan penganalisisan terhadap strategi pemasaran produk masker Folta Reper, setelah melalui beberapa proses penkajian dengan desain produk dan teknik produksi, pada bulan pertama usaha ini telah menghasilkan produk untuk dipasarkan. Sampai saat ini promosi produk sudah dilakukan secara langsung kepada masyarakat yaitu dengan cara offline dan online, offline diantaranya adalah: membuat dan menyebarkan brosur produk, langsung terjun kepada masyarakat. Dan online menggunakan sosial media seperti: instagram, facebook, whatsapp, dan line.

### Langkah strategis pemasaran

Analisis SWOT untuk peluang usaha yaitu kami adalah sebagai berikut:

#### 1. *Strength* (kekuatan)

Kekuatan (*Strenght*) adalah situasi internal organisasi yang berupa kompetensi/kapabilitas/ sumberdaya yang dimiliki organisasi yang dapat digunakan untuk menangani peluang dan ancaman. Kekuatan dari produk ini:

- Instan dan sangat praktis untuk digunakan.
- Dapat dipakai dimanapun dan kapanpun.
- Bentuknya yang transparan dan setelah pemakaian tidak perlu untuk mencuci muka.

#### 2. *Weakness* (kelemahan)

Kelemahan (*Weakness*) adalah situasi internal organisasi yang berupa kompetensi/kapabilitas/ sumberdaya yang dimiliki organisasi yang dapat digunakan untuk menangani kesempatan dan ancaman. Kelemahan dari produk ini adalah banyaknya persaingan dari merk yang sudah terkenal. Pesaing lebih dulu dalam membuat merek yang sudah sering didengar orang banyak.

### 3. *Opportunity* (peluang)

Peluang (*Opportunity*) adalah situasi eksternal organisasi yang berpotensi menguntungkan. Organisasi-organisasi yang berada dalam suatu industri yang sama secara umum akan merasa diuntungkan bila dihadapkan pada kondisi eksternal tersebut.

Peluang kami dalam usaha ini bahwa produk ini dapat digunakan oleh pria dan wanita mulai dari smp,sma dan mahasiswa, pandangan kami terhadap produk ini dalam lima tahun kedepan jika mengalami FOLTA REPER (FOLIUM TAMARIN RICE PAPER) memiliki peluang usaha yang sangat memungkinkan untuk diproduksi dan dipasarkan ditengah-tengah masyarakat umum.

Melihat kesibukan masyarakat yang semakin padat dalam menjalani aktivitas, banyak yang mengalami kendala dalam perawatan wajah seperti jerawat, wajah kusam, bekas cacar, kerutan pada wajah sehingga mengurangi percaya diri. Dan juga terkendala oleh besarnya biaya untuk perawatan kecantikan wajah.

Dan pada zaman modern ini masyarakat lebih suka yang instan dan praktis. jadi FOLTA REPER (FOLIUM TAMARIN RICE PAPER) muncul di tengah-tengah masyarakat umum untuk menjaga kesehatan wajah secara maksimal dengan biaya yang ekonomis, instan, dan praktis. FOLTA REPER ini juga memiliki keutamaan yaitu terbuat dari bahan alami karena produk ini memiliki keunggulan yang sangat banyak diantaranya yaitu:

- 1) Inovatif
- 2) Berbahan dasar nabati
- 3) Ramah lingkungan
- 4) Mempertahankan produktivitas lahan
- 5) bebas dari bahan kimia
- 6) Hemat biaya

### 4. *Threat* (Ancaman)

Ancaman (*Threat*) adalah situasi eksternal organisasi yang berpotensi menimbulkan kesulitan. Organisasi-organisasi yang berada dalam satu industri yang sama secara umum akan merasa dirugikan /dipersulit/terancam bila di hadapkan pada kondisi eksternal tersebut.

Ancaman bagi Produk Folta Reper:

- Masih susah bersaing dengan produk – produk sejenis yang sudah mempunyai merk.
- Munculnya pesaing baru yan meniru konsep produk kami. Serta penurunan jumlah konsumen yang membeli produk kami.
- Belum dikenalnya produk kami sebab produk kami masih baru

Penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh usaha mahasiswa masker Folta Reper adalah sebagai berikut:

#### a. Produk

Produk berarti kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran. Elemen-elemen yang termasuk dalam bauran produk antara lain ragam produk, kualitas, design, fitur, nama merek, kemasan, serta layanan.

Produk yang ditawarkan adalah masker All in one Folta Reper yang bisa dipakai dimanapun dan kapanpun tanpa menghambat aktifitas si pemakai. Terbuat dari bahan alami seperti rice paper, madu dan air daun asam jawa yang baik untuk kulit wajah tanpa meninggalkan efek karena kenyamanan pembeli adalah prioritas. Desain transparan yang mudah digunakan serta tidak mengganggu kegiatan menjadi keunggulan sendiri dari masker ini.

Turun langsung kepada masyarakat. Dengan langsung menemui masyarakat dapat

mensosialisasikan produk kepada masyarakat sehingga dapat lebih mengenal FOLTA REPER.

#### b. Harga

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan dan membutuhkan waktu yang relatif singkat, sedangkan ciri-ciri produk, saluran distribusi, bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu.

Harga masker ini sangat ekonomis dikalangan Sekolah Menengah Pertama sampai Mahasiswa yaitu sebesar Rp20.500 sudah mendapatkan tiga unit masker yang dipakai dalam seminggu 3 kali. Berbeda dengan barang merk lain yang mematok harga Rp27.000 per kemasan yang berisi empat unit masker di dalamnya.

#### c. Tempat

Tempat atau saluran pemasaran meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. Saluran distribusi adalah rangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran distribusi dapat didefinisikan sebagai himpunan perusahaan dan perorangan yang mengambil alih hak atau membantu dalam pengalihan hak atas barang atau jasa tertentu selama barang atau jasa tersebut berpindah dari produsen ke konsumen (Kotler, 2005).

Tempat pemasaran terbagi menjadi dua, yaitu online dan offline.

Menggunakan media *onlineshop* dan *instagram*. Masyarakat pada zaman ini lebih suka membeli barang secara online karena di nilai lebih praktis, selain itu calon konsumen dapat melihat FOLTA REPER secara online kapan saja saat mereka membutuhkan pupuk organik.

Offline, Pameran dan *expo* merupakan ajang yang banyak mengundang pengunjung untuk sekedar melihat atau pun membeli berbagai produk, sekaligus dapat menjadi perkenalan produk FOLTA REPER kepada masyarakat

#### d. Promosi

Promosi berarti aktivitas yang menyampaikan produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya. Definisi promosi menurut Kotler (2005) adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk mengomunikasikan manfaat dari produknya, membujuk, dan mengingatkan para konsumen sasaran agar membeli produk tersebut. Secara rinci tujuan promosi menurut Tjiptono (2008: 221-222) adalah sebagai berikut:

##### a. Menginformasikan

##### b. Membujuk pelanggan sasaran

##### c. Mengingat

Promosi yang digunakan untuk penjualan masker Folta Reper ialah dengan menempelkan dan membagikan brosur di tempat-tempat yang banyak dilalu oleh masyarakat seperti jalan raya dan pusat pembelanjaan. Tidak lupa juga membuat promosi melalui media social agar lebih menjangkup lebih banyak kalangan masyarakat.

Dilakukan seseorang untuk memenuhi kebutuhan orang lain dengan mendapatkan profit. Bisnis sendiri diperbolehkan agama Islam dengan tetap menjalankan kegiatan tersebut dengan berlandaskan syariat agama Islam.

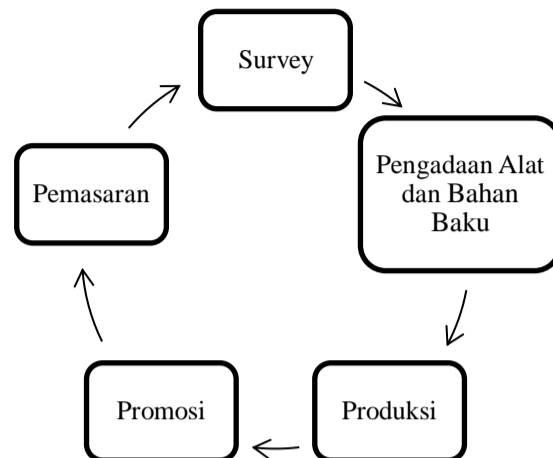
Hukum Islam menjadi pegangan wirausaha muslim untuk menjalankan usahanya agar tetap pada

koridor yang benar. Mengingat Allah SWT dalam setiap kegiatan seorang muslim akan menjadikan mereka tetap berada dikoridor yang benar.

Munculnya banyakwirausaha muslim di Kecamatan Medan Marelan karena banyaknya warga yang mulai bertempat tinggal dan menetap. Usaha

yang ada banyak sekali macamnya mulai dari berdagang barang kebutuhan sehari-hari sampai usaha dibidang jasa. Usaha ini dilakukan untuk menambah penghasilan keluarga agar keadaan ekonomi mereka lebih baik dan bekerja sesuai dengan minat serta tidak terikat dengan orang lain.

### Tahapan Pelaksanaan



### Keterangan:

1. Tahapan awal yang harus dilakukan adalah survey pasar
2. Pengadaan alat dan bahan baku
3. Produksi masker FOLTA REPER
4. Promosi juga harus dilakukan agar masyarakat dapat mengenal apa itu produk FOLTA REPER, sehingga pangsa pasarnya menjadi lebih luas
5. Pemasaran produk kepada konsumen

Pelaksanaan program usaha FOLTA REPER (FOLIUM TAMARIN RICE PAPER) ini terdiri atas satu proses pengolahan terdiri dari 3 tahap yaitu persiapan alat dan bahan pengemasan produk dan pemasaran. Dan kendala pada pemasaran MASKER Folta Reper ini bahwa produk masih belum di kenal masyarakat karena produk ini masih baru.

Suatu perusahaan yang mampu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan akan membuat citra positif bagi perusahaan. Pelayanan yang baik mendorong minat pelanggan untuk menggunakan kembali jasa tersebut sehingga tercipta loyalitas. Perusahaan yang menjual jasa berarti menjual produknya dalam bentuk kepercayaan.

Memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah perusahaan. Perusahaan yang berhasil memasarkan produk/jasanya kepada konsumen dengan pelayanan yang memuaskan mendapatkan brand yang baik dimata konsumen. Pelayanan yang dimaksud termasuk dari pelayanan sewaktu menawarkan produk/jasa, pelayanan ketika memberikan jasa, pelayanan atas resiko yang terjadi saat memberikan jasa dan pelayanan lain sebagainya.

Loyalitas pelanggan juga dapat terbentuk dari kepuasan yang dirasakan adalah perasaan senang ataupun kecewa yang muncul setelah menggunakan jasa tersebut. Pelanggan akan merasa senang dan kecewa setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang difikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.

Dalam artian lain, seseorang merasa puas apabila hasil yang didapat minimal mampu memenuhi harapannya sedangkan seseorang merasa tidak puas apabila hasil yang didapat tidak mampu

memenuhi harapannya. Kepuasan yang dirasakan seseorang akan memberikan dampak terhadap perilaku pengguna kembali secara terus-menerus sehingga terbentuklah loyalitas.

### D. KESIMPULAN DAN SARAN

#### Kesimpulan

1. Usaha Folta Reper Masker all in one dalam melakukan pemasaran produknya sudah sesuai dengan konsep strategi pemasaran. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan adanya produk, penetapan harga yang sesuai, tempat pemasaran yang strategis, dan promosi produk secara langsung maupun melalui media internet
2. Keterbatasan tempat pemasaran mengurangi pencapaian strategi pemasaran
3. Pemanfaatan toko online yang belum diterapkan
4. Bahwa masker wajah sangat penting untuk perawatan kulit wajah.

#### Saran:

Saran dari penulis dengan berdasarkan kesimpulan diatas untuk meningkatkan keberhasilan strategi pemasaran yang telah dijalankan usaha masker yaitu pemanfaatan toko online perlu dipertimbangkan. Karena di era teknologi digital yang sudah maju saat ini selain sebagai media promosi, peluang untuk pemasaran online sudah sangat besar terlebih dengan adanya dukungan situs jual beli yang memberi jaminan keamanan transaksi bagi penjual dan pembeli.

### DAFTAR PUSTAKA,

- Dicha V.W, 2018, *PENGARUH PROPORSI SELEDRI (APIUM GRAVEOLENS) DAN TEPUNG BERAS TERHADAP HASIL PENGGUNAAN MASKER WAJAH UNTUK KULIT BERJERAWAT*, e-Journal Volume 07 Nomor 2
- Dimas H.W., Zainul Arifin, Sunarti, 2015, *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi pada Batik Di Jeng Solo)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 29 No.1

## ANALYSIS OF MARKETING STRATEGY IN STUDENTS FACE MASKS

- Purwanto, I. 2008. *Manajemen Strategi*. Bandung:CV Ryama Widya
- Cahyadi H.D, dan Drs. Sugiono S. MM., 2014, *Pengaruh Private Brand Strategy Terhadap Brand Loyalty Pada Air Mineral 600ml Merek Alfamart Siwalankerto Surabaya*, Jurnal Strategi Pemasaran Vol. 2 No. 1
- Chandra, Gregorius. 2002. *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset
- Gitosudarmo, I., 2000, *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: BPFE
- Hendry Hartono, Karyana Hutomo, Marshelia Mayangsari, 2012, *PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA PERUSAHAAN” DENGAN MENETAPKAN ALUMNI DAN MAHASISWA UNIVERSITAS BINA NUSANTARA SEBAGAI OBJEK PENELITIAN*, BINUS BUSINESS REVIEW Vol. 3 No. 2
- Kotler, P., 1991, *Marketing: Jilid 2* (H. Purwoko, Ed) Jakarta: Erlangga.
- Nining R.S dan Erna S., 2014, *PENGARUH MASKER JAGUNG DAN MINYAK ZAITUN TERHADAP PERAWATAN KULIT WAJAH*, Journal of Beauty and Beauty Health Education
- Ristandi, J., 2017, *Analisis strategi pemasaran dalam peningkatan pembiayaan mikro pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Pulo Bryan Medan (Skripsi)*. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:Indeks Media Group
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi III*. Yogyakarta:CV. Andi Offset
- TRI U.W., 2017, *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BISNIS JASA TRANSPORTASI GOJEK*, Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara
- Sugiyono, 2013, *Metode penelitian juantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Vita M.V, dan Maria K., 2014, *PEMANFAATAN KETAN HITAM SEBAGAI MASKER WAJAH*, Journal of Beauty and Beauty Health Educatio