

## Peran Sumber Daya Manusia (SDM) Dalam Strategi Bauran Pemasaran Aura Bedda Lotong

Cici Saodah<sup>1)</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako

Juliana Kadang<sup>2)</sup>

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako

Maftukin Waluyo<sup>3)</sup>

<sup>3</sup>PT Lecker Jaya Waluyo

Alamat: : Jl. Soekarno Hatta No. 9 Tondo, Kec. Mantikulore, Kota Palu, Sulawesi Tengah 94148

Korespondensi penulis : [cicisaodah26@gmail.com](mailto:cicisaodah26@gmail.com)

**Abstract.** *This research is entitled the role of human resources (HR) in the marketing mix strategy of Aura Bedda Lotong. Aura Bedda Lotong is one of the businesses engaged in skincare. Where nowadays having healthy and clean skin is everyone's dream. One of the skin treatments that can be done is by using scrubs and masks. Aura Bedda Lotong is a scrub and mask product made from natural ingredients that has many benefits for skin care. The purpose of this study was to determine the role of human resources (HR) on the marketing mix strategy of Aura Bedda Lotong and to identify internal factors, external factors and formulate alternative strategies used by Aura Bedda Lotong. The analysis method used is SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunities and Threats). The results showed that one of the alternative strategies that can be applied by the Aura Bedda Lotong business is the marketing mix strategy and human resources play a role in determining the marketing mix strategy, namely to determine the products to be sold, decide on product prices, business premises, and promotions to be carried out.*

**Keywords:** *HR role, Marketing mix, SWOT Analysis.*

**Abstrak.** Penelitian ini berjudul peran sumber daya manusia (SDM) dalam strategi bauran pemasaran Aura Bedda Lotong. Aura Bedda Lotong adalah salah satu usaha yang bergerak dibidang perawatan kulit. Dimana saat ini mempunyai kulit yang sehat dan bersih menjadi impian semua orang. Salah satu perawatan kulit yang dapat dilakukan yaitu dengan menggunakan lulur dan masker. Aura Bedda Lotong merupakan produk lulur dan masker yang berbahan dasar alami yang mempunyai banyak manfaat untuk perawatan kulit. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui peran sumber daya manusia (SDM) terhadap strategi bauran pemasaran Aura Bedda Lotong dan untuk mengidentifikasi faktor internal, faktor eksternal dan merumuskan alternatif strategi yang digunakan Aura Bedda Lotong. Metode analisis yang digunakan adalah analisis

---

Received Januari 30, 2023; Revised Februari 2, 2023; Maret 22, 2023

\* Cici Saodah, [cicisaodah26@gmail.com](mailto:cicisaodah26@gmail.com)

SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities dan Threats*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa salah satu Alternatif strategi yang dapat diterapkan oleh usaha Aura Bedda Lotong yaitu strategi bauran pemasaran dan sumber daya manusia berperan menentukan strategi bauran pemasaran yaitu untuk menentukan produk yang akan dijual, memutuskan harga produk, tempat usaha, dan promosi yang akan dilakukan.

**Kata kunci:** Peran SDM, Bauran pemasaran, Analisis SWOT.

## LATAR BELAKANG

Saat ini Sumber Daya Manusia (SDM) menjadi hal yang sangat penting ketika akan memulai suatu usaha. SDM bukan hanya sebagai alat produksi tetapi juga sebagai penggerak dan penentu berlangsungnya proses produksi dan segala aktivitas usaha (Paraswati & Laily, 2018). SDM berperan dalam mendukung kesuksesan untuk mewujudkan visi, misi, dan tujuan suatu usaha. Sumber daya manusia juga memiliki peran penting dalam suatu usaha yaitu dapat memanfaatkan segala potensi sumber daya yang dimiliki manusia agar meraih keberhasilan dalam mencapai tujuan baik secara pribadi individu maupun bersama-sama. Sumber daya yang dimaksud yaitu waktu, tenaga dan kemampuan manusia (baik daya pikir serta daya fisiknya) akan benar-benar dapat dimanfaatkan secara terpadu dan secara optimal bagi kepentingan usaha. Oleh karena itu, kemajuan suatu usaha ditentukan pula bagaimana kualitas dan kapabilitas SDM. Dengan demikian SDM merupakan aset terpenting di dalam suatu usaha skala besar maupun kecil (Sulistyandari, dkk, 2017).

Sumber daya manusia berperan menentukan strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran merupakan taktik pelaku usaha dalam memasarkan produk ke pasaran, sehingga produk yang ditawarkan bisa bertahan lama dan berdaya saing tinggi. Salah satu strategi pemasaran yang dapat digunakan yaitu bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang merupakan pencapaian tujuan pemasaran dengan seprangkat alat pemasaran yang digunakan suatu usaha saat menentukan pasar sasaran.

Salah satu usaha yang ada saat ini adalah usaha Aura Bedda Lotong. Usaha ini merupakan usaha yang bergerak dibidang perawatan kulit. Dimana mempunyai kulit yang sehat dan bersih menjadi impian dari semua orang. Salah satu perawatan kulit yang dapat dilakukan yaitu dengan menggunakan lulur dan masker. Aura bedda lotong merupakan produk lulur dan masker yang berbahan dasar alami yang mempunyai banyak manfaat

untuk perawatan kulit. Oleh karena itu, peneliti mengambil judul “Peran Sumber Daya Manusia (SDM) Dalam Strategi Bauran Pemasaran Aura Bedda Lotong”. Yang bertujuan untuk mengetahui peran SDM terhadap strategi bauran pemasaran Aura Bedda Lotong dan untuk mengidentifikasi faktor internal, faktor eksternal dan merumuskan alternatif strategi yang digunakan Aura Bedda Lotong.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan pada penelitian yaitu menggunakan metode deskriptif kualitatif. Objek penelitian adalah usaha Aura Bedda Lotong yang berlokasi di rumah produksi dari Aura Bedda Lotong tepatnya di Jalan Kancil, Kelurahan Tatura Selatan, Kecamatan Palu Selatan. Metode deskriptif dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*). Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer. Data diperoleh secara langsung oleh peneliti dari kegiatan kewirausahaan Aura bedda lotong yang dilaksanakan pada bulan September 2021 hingga Desember 2022.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Metode Analisis SWOT**

Penelitian menggunakan analisis SWOT sebagai metode analisis yang digunakan. Menurut Rangkuti (2018: 20) analisis SWOT adalah penilaian terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang atau ancaman.

Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencana strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan. Maka dengan analisis SWOT akan didapatkan karakteristik dari kekuatan utama, kekuatan tambahan, faktor netral, kelemahan utama dan kelemahan tambahan berdasarkan analisa lingkungan internal dan eksternal yang dilakukan. Berikut faktor internal dan eksternal pada usaha Aura Bedda Lotong :

**Tabel 1. Faktor Internal Factor Analysis Summary (IFAS)**

<i>Tabel 1. Internal Factor Analysis Summary (IFAS)</i>				
No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<i>Kekuatan (Strengths/S)</i>				
1	Produktivitas Tim Aura Bedda Lotong semakin meningkat	0,07	3	0,21
2	Skala penjualan terus meningkat	0,06	2	0,12
3	Bahan baku menggunakan kualitas terbaik	0,06	2	0,12
4	Sudah memiliki NIB	0,07	2	0,14
5	Memiliki beberapa pelanggan tetap	0,08	3	0,24
6	Promosi menggunakan media yang beragam baik konvensional maupun memanfaatkan teknologi media sosial	0,07	2	0,14
7	Menggunakan kemasan yang unik dan higienis	0,07	2	0,14
8	Terus melakukan inovasi untuk perkembangan produk	0,06	2	0,12
9	Sudah memiliki rumah produksi sendiri	0,08	3	0,24
10	Memiliki reseller tetap hingga luar Kota Palu	0,08	3	0,24
11	Adanya pembelian dari luar Kota Palu	0,08	3	0,24
<b>Sub Total</b>		<b>0,78</b>		<b>1,95</b>
<i>Kelemahan (Weakness/W)</i>				
1	Belum memiliki izin BPOM	0,05	2	0,1
2	Jangkauan pasar yang terbatas	0,06	2	0,12
3	Kekurangan tenaga kerja	0,05	1	0,05
4	Kurangnya peminat dikalangan pria	0,06	2	0,12
<b>Sub Total</b>		<b>0,22</b>		<b>0,39</b>
<b>Total</b>		<b>1</b>		<b>2,34</b>

Sumber : Data Olahan Aura Bedda Lotong (2022).

**Tabel 2. Faktor Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)**

<i>Tabel 2. Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)</i>				
No.	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<i>Peluang (Opportunity/O)</i>				
1	Adanya kerjasama dengan mitra-mitra yang dapat dititipkan produk	0,16	3	0,48
2	Permintaan pasar selalu ada	0,16	3	0,48
3	Pengembangan bisnis di beberapa lokasi yang strategis	0,15	3	0,45
4	Pihak-pihak yang mau bekerja sama namun belum terealisasi	0,16	3	0,48
<b>Sub Total</b>		<b>0,63</b>		<b>1,89</b>
<i>Ancaman (Threat/T)</i>				
1	Banyaknya pesaing dengan usaha yang sama	0,12	2	0,24
2	Kurangnya pemahaman masyarakat tentang pentingnya merawat kulit	0,12	2	0,24
3	Kurangnya minat masyarakat terhadap produk yang berbahan dasar alami	0,13	2	0,26
<b>Sub Total</b>		<b>0,37</b>		<b>0,74</b>
<b>Total</b>		<b>1</b>		<b>2,63</b>

Sumber : Data Olahan Aura Bedda Lotong (2022)

Pada tabel 1. diketahui bahwa kekuatan terbesar yang telah dimiliki Aura Bedda Lotong adalah promosi menggunakan media sosial yang beragam baik konvensional maupun memanfaatkan teknologi media sosial, melakukan pengiriman ke luar kota, memiliki *reseller* didalam Kota Palu dan diluar Kota Palu. Selain itu, Aura Bedda Lotong juga sudah memiliki pelanggan tetap serta kemasan yang unik juga menjadi salah satu daya tarik pada usaha Aura Bedda Lotong. Sedangkan pada kelemahan utama dari produk Aura Bedda Lotong adalah belum memiliki izin BPOM. Ini merupakan kelemahan terbesar karena dapat menjadi pertimbangan bagi konsumen yang ingin menggunakan produk dari Aura Bedda Lotong. Salah satu yang menjadi kendala dalam pengurusan izin BPOM adalah besarnya biaya yang harus dikeluarkan dan banyaknya persyaratan dalam pengurusannya.

Berdasarkan Tabel 2. Peluang utama yang dapat dimanfaatkan oleh usaha Aura Bedda Lotong yaitu bisa berkerja sama dengan mitra-mitra yang dapat dititipkan produk dan permintaan pasar yang selalu ada. Kemudian ancaman yang dihadapi yaitu banyaknya kompetitor dengan usaha yang sama. Sehingga menjadikan persaingan dalam usaha Aura Bedda lotong menjadi lebih ketat.



Gambar 1. Diagram Kuadran Analisis SWOT

Berdasarkan analisis tersebut, ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Aura Bedda Lotong memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan

potensi yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Strategi alternatif yang tepat untuk digunakan adalah strategi bauran pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong (2016: 51) Bauran Pemasaran (*marketing mix*) adalah seperangkat alat pemasaran taktis yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkannya di pasar sasaran. Menurut Kotler dan Armstrong (2016:47) Bauran pemasaran (*marketing mix*) mencakup empat (4) hal pokok dan dapat dikontrol oleh perusahaan yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*).

### **Peran Sumber Daya Manusia**

Sumber daya manusia (SDM) berperan menentukan strategi bauran pemasaran yang akan digunakan. Hal ini mencakup menentukan produk yang akan dijual, memutuskan harga produk, tempat usaha, dan promosi yang akan dilakukan. SDM disini yaitu tim Aura bedda lotong.

### **Product/Produk**

Produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan pelanggan. Sebelum memulai usaha, tim aura bedda lotong terlebih dahulu mendiskusikan produk apa yang akan ditawarkan. Setelah melakukan diskusi dan mendapatkan saran dari mentor bedda lotong pun menjadi produk yang ditawarkan kepada pelanggan.

### **Price/Harga**

Harga merupakan sesuatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu sebagai alat pembayaran untuk penjual atas barang atau jasa yang dibelinya. Sebelum menentukan harga, tim Aura bedda lotong terlebih dahulu melakukan survey terhadap pesaing dengan produk yang sama serta menghitung biaya variable dan keuntungan yang akan diperoleh perproduknya. Maka diputuskan bahwa harga jual bedda lotong basah Rp.15.000 dan bedda lotong bubuk Rp.20.000. Sedangkan untuk *reseller* mendapat keuntungan sebanyak 10% dan mitra mendapat keuntungan sebanyak 5%.

### ***Place/ Tempat***

Tempat adalah wadah yang digunakan untuk memasarkan suatu produk. Tempat juga merupakan salah satu faktor penting dalam *marketing mix* agar pemasaran yang dilakukan dapat berjalan dengan maksimal dan produk yang ditawarkan dapat dengan mudah didapatkan oleh konsumen yang membutuhkan. Tempat usaha Aura bedda lotong yaitu terletak di jalan Kancil, Kel. Tatura Selatan, Kec. Palu Selatan. Lokasi ini termasuk strategis karena terletak di jalan utama yang dilewati oleh berbagai kalangan masyarakat serta dekat dengan sumber bahan baku yang diperlukan usaha.

### ***Promotion/ Promosi***

Promosi adalah suatu usaha dari pemasar dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkan, serta merupakan gabungan dari berbagai jenis promosi yang ada untuk suatu produk yang sama agar hasil dari kegiatan promosi yang dilakukan dapat memberikan hasil yang maksimal. Tim Aura Bedda Lotong memiliki peran dalam melakukan promosi. Promosi yang dilakukan yaitu secara *online* dan *offline*.

Promosi secara *online* yang dilakukan tim Aura Bedda Lotong yaitu dengan membuat akun sosial media seperti *instagram*, *facebook* dengan nama @aura\_beddalotong. Didalamnya terdapat konten-konten yang memberikan informasi tentang produk. Contohnya seperti cara penggunaan, *before after* setelah penggunaan produk, serta konten yang sedang *trend* saat ini. Tim Aura Bedda Lotong juga mengadakan promo seperti promo akhir tahun, promo ramadhan, promo tanggal kembar ( 12.12, 3.3, 4.4), mengadakan *giveaway*, mendaftar di google bisnis, dan mendaftar di *marketplace shopee*.

Promosi secara *offline* yang dilakukan tim Aura Bedda Lotong lakukan dengan cara membangun kerja sama yaitu menitipkan produk pada mitra, dengan memberikan keuntungan 5% serta melakukan kerja sama dengan *reseller* dan memberikan keuntungan 10% per produk. Selain itu, tim Aura Bedda Lotong juga mengikuti *event-event* kewirausahaan bersamaan dengan menyebarkan brosur mengenai informasi dari produk agar dapat mengenalkan produk kepada calon pelanggan, aktif mengikuti kegiatan *car free day* (CFD) setiap hari minggu di lapangan Vatulemo.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mendapatkan beberapa kesimpulan yaitu yang pertama berdasarkan analisis SWOT, Aura Bedda Lotong memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan potensi yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Strategi alternatif yang tepat untuk digunakan yaitu strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). Yang kedua yaitu sumber daya manusia (SDM) berperan menentukan strategi bauran pemasaran Aura bedda lotong yaitu untuk menentukan produk yang akan dijual, memutuskan harga produk, tempat usaha, dan promosi yang akan dilakukan.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Dosen Pembimbing Lapangan, mentor, kedua orang tua, teman-teman dan seluruh pihak yang telah memberi dukungan terhadap pelaksanaan kegiatan ini. Tentunya peneliti tidak dapat menyelesaikan artikel ini jika tidak mendapat dukungan dari pihak tersebut. Peneliti memohon maaf jika artikel ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, dimohon kritik dan saran yang membangun agar kedepannya peneliti dapat menjadi lebih baik lagi.



**DAFTAR REFERENSI**

- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70.
- Eka, D., Diah, Y. M., Taufik, T., Bunga, C. A. C., Putriana, V. N., Febianti, D., Sari, D. P., Rosalinda, R., & Arifuddin, Z. (2022). Peranan Kompetensi SDM dalam Meningkatkan Industri UMKM di Kecamatan Ilir Barat II Palembang. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 3(1), 39–44.
- Giri Sumantri Putra, Nana Darna, I. S. (2019). Analisis Strategi Bauran Pemasaran 4P (Suatu Studi Pada CV. Sportwear Di Kota Bandung. *Analisis Strategi Bauran Pemasaran 4p*.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2016). *Dasar–Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke 9. Jakarta : Erlangga
- Nafiah, Elmi Ulin & Ruliq Suryaningsih. (2022). Analisis SWOT Sebagai Upaya Menentukan Strategi Pemasaran Pada Usaha Depot Air Minum Isi Ulang Tirto Utomo Siwalan Mlarak Ponorogo. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 2, No. 1, 43-62.
- Paraswati, S. N. & Laily, N. (2018). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Bisnis Wanita Batik Mangrove Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 7(3), 1-16.
- Rangkuti, Freddy. (2018). *Analisis Swot: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating Dan Ocasi*. Pt. Gramedia Pustaka Utama.
- Sulistiyandari, S., Widiastuti, E., & Martini, S. (2017). Kompetensi SDM dan Pengaruhnya terhadap Kinerja UMKM Batik di Kabupaten Banyumas. *Performance: Jurnal Personalia, Financial, Operasional, Marketing dan Sistem Informasi*, 23(2), 89-101.