

STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN KERUPUK PADA HOME INDUSTRI “RIZKY JAYA” BANJARBARU

M. Syaiful Anwar¹, Dwi Wahyu Artiningsih², Prihatini Ade Mayvita³.

¹Manajemen, 61201, fakultas ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al-Banjari, 16310806

²Manajemen, 61201, fakultas ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al-Banjari, 1119056501

³Manajemen, 61201, fakultas enonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al-Banjari, 0019057201

E-mail: ipulcemungud@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan : (1) untuk mengetahui strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan Kerupuk “Rizki Jaya” Banjarbaru, dan (2) Untuk strategi pemasaran yang seharusnya dilakukan untuk meningkatkan penjualan Kerupuk “Rizki Jaya” Banjarbaru.

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian analisa *deskriptif* adalah teknik analisa dengan membandingkan dari data yang diperoleh diperusahaan yang merupakan objek penelitian dengan teori-teori pemasaran yang relevan dengan masalah yang dibahas.

Hasil penelitian menunjukkan (1) strategi pemasaran yang selama ini masih belum efektif yang meliputi Produk yang hanya mengandalkan bentuk varian kerupuk, Price yang membuat pengampas relatif terjangkau, Place yang melalui pengampas yang secara langsung datang ketempat usaha dan Promotion yang menggunakan informasi dari mulut kemulut saja sehingga masih belum efektif untuk mengkatkan penjualannya, dan (2) Sebaiknya Manajjemen Home Industri Kerupuk “Rizki Jaya” Banjarbaru dapat menjalankan strategi pemasaran pengolahan kerupuk menggunakan *marketing mix* atau bauran pemasaran dengan menggunakan 6P yaitu : *Product* (rasa dan produk tahan lama), *Price* (diskon, harga pesaing dan biaya produksi), *Place* (pemasarannya jelas dan memiliki pelanggan) *Promotion* (media internet yakni facebook), power meningkatkan *Brand* home industri Kerupuk “Rizki Jaya” Banjarbaru dengan cara startegi *differentiated positioning* dalam strategi ini perusahaan berusaha membedakan diri dengan cara menawarkan atribut, dan Strategi pemasaran *public relations* dengan publisitas yaitu melalui kegiatan amal yang dilakukan yaitu santunan anak yatim.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Penjualan