

ANALISIS STRATEGI *MARKETING MIX* UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA USAHA BUDIDAYA TERNAK BEBEK PEKING DI GUNTUNG PINANG KOTA BANJARBARU

Fransiska Sekar Amalia¹, Husnurrofiq², Farida Yulianti³

¹Manajemen, 61201, fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari, NPM18310341

²Manajemen, 61201, fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari, NIDN1105036201

³Manajemen, 61201, fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari, NIDN1121076901

E-mail : Fransiskaaa77@gmail.com

ABSTRAK

Fransiska Sekar Amalia, 2022, Analisis Strategi *Marketing Mix* Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Budidaya Ternak Bebek Peking Di Guntung Pinang Kota Banjarbaru, Pembimbing I : Drs Husnurrofiq, Pembimbing II : Hj Farida Yulianti

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimanakah sistem *marketing mix* yang digunakan pada Usaha Budidaya Ternak Bebek Peking Guntung Pinang Banjarbaru sejauh usaha ini dijalankan. Selain itu peneliti ingin mengetahui jenis *mix marketing* apakah yang cocok digunakan pada Usaha Budidaya Ternak Bebek Peking Guntung Pinang Banjarbaru sehingga dapat meningkatkan angka penjualannya. Data yang diperoleh menggunakan metode wawancara dan penelitian lapangan yang bersifat kualitatif yang dapat mengumpulkan data primer dan sekunder. Adapun pengamatan langsung dengan obyek penelitian sehingga hal ini mendukung data yang diperoleh. Namun dari gambaran yang sudah dikumpulkan tidak menjadi pacuan utama untuk dapat menyimpulkan tentang strategi marketing. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bauran dapat berpengaruh terhadap penjualan budidaya ternak bebek peking ini. Adapun bauran marketing berpengaruh kepada keunggulan produk dengan merawat produk dengan baik, kestabilan harga mengikuti harga pasaran serta diskon pribadi, inovasi promosi dengan cara langsung dan media sosial dan juga kestrategisan tempat pembudidayaan sehingga memudahkan pembeli mencapai tempat tujuan.

Kata Kunci: produk; tempat; promosi; harga; strategi

DAFTAR PUSTAKA

- Aceh, B. K. (2020, Juni 2020). Modul 12, Beternak Itik. Retrieved from nad.litbang.go.id
- Hidayah, A. (2014). Pengaruh Pemberian Onggok Fermentasi *Bacillus Mycoides* Dalam Ransum Terhadap Performa Produksi Ayam Broiler. *Jurnal Biologi*, repository.uinsuka.ac.id.
- Afifuddin dan Saebani Beni Ahmad, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2012.
- Rusydi Abubakar, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Alfabeta, 2018.
- Jery Sidjabat, *Metode Penetapan Harga*, dalam <http://blospot.com>, diunduh pada 29 April 2017
- Achmad Faris Muharram, *Kewirausahaan*, <http://blog-pinta.blogspot.co.id>
- Apa itu usaha dan pengusaha, <http://idemotivasibisnis.blogspot.com/2015/09/>.
- A.Setyana *Marketing Mix 7P Price Promotion* <http://www.ekomarwoto.com/2012/04>

Sulistyaningsih, Teguh Ariefiantoro, and Edy Suryawardana, "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Shofa Catering)," *Solusi* 18, no. 4 (November 16, 2020): 115, <https://doi.org/10.26623/slsi.v18i4.2908>.

1) Penulis tunggal

Gumelar Ardiansyah. 25 Desember 2018. *Pengertian Bauran Pemasaran*. Jakarta: Kelompok Gramedia

2) Bukan edisi pertama

Kotler, Philip & Keller K Lane. 2012. 14 Edition. *Marketing Management*. New Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.