

# ANALISIS BAURAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN AMPLANG IKAN GABUS PADA TOKO OLEH-OLEH KHAS KALSEL ANDALAS BANJARMASIN

**Herlisa Dina Soraya, 2020, Pembimbing I: Farida Yulianti, Pembimbing II: Lamsah**

Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan, NPM16310040

Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan, NIDN 1121076901

Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan, NIDN1125126201

E-mail : herlisadinasorayya15@gmail.com/087788267255

## ABSTRAK

Toko oleh-oleh andalas Banjarmasin merupakan pusat oleh-oleh yang menjual berbagai produk makanan khas Banjarmasin. Toko ini terletak di JL. PERINTIS KEMERDEKAAN NO. 12/RT.21 kelurahan Pasar Lama, Banjarmasin. Usaha ini dimulai sejak tahun 1994 dimulai jualan cemilan-cemilan ringan, pada tahun 2002 usaha ini mulai berkembang hingga sekarang.

Penelitian ini dibuat untuk mengetahui “ Bagaimana Analisis bauran pemasaran untuk meningkatkan penjualan amplang ikan gabus pada toko oleh-oleh khas kalsel “Andalas” Banjarmasin”. Hasil penelitian Pada tahun 2017 volume penjualan amplang ikan gabus mencapai Rp 26.381.000 sedangkan pada tahun 2018 penjualan mengalami peningkatan sebesar Rp 28.290.000, dan pada tahun 2019 penjualan semakin meningkat pesat sebanyak Rp 68.701.000.

Disarankan agar pihak perusahaan harus selalu memperhatikan bauran-bauran pemasaran yang sangat berpengaruh dalam pemasaran sehingga pemasaran di Toko Oleh-oleh khas kalsel Andalus menjadi terdepan diantara competitor lainnya.

**Kata kunci : Bauran Pemasaran**

---

## ABSTRACT

, Andalus souvenir shop Banjarmasin is a center of souvenirs that sells a variety of typical food products Banjarmasin. This store is located at JL. PERINTIS INDEPENDENCE NO. 12 / RT.21 kelurahan Pasar Lama, Banjarmasin. This business began in 1994 when selling light snacks, in 2002 this business began to develop until now.

This research was made to find out "How to analyze the marketing mix to increase the sales of cork fish envelopes in souvenir shops typical of" Andalus "Banjarmasin". Research results In 2017 the sales volume of cork fish envelopes reached IDR 26,381,000 while in 2018 sales increased by IDR 28,290,000, and in 2019 sales increased rapidly by IDR 68,701,000.

It is recommended that the company should always pay attention to the marketing mix that is very influential in marketing so that marketing in the typical souvenir shop of Andalus South Kalimantan is at the forefront among other competitors.

**Keywords: Marketing Mix**

## PENDAHULUAN

Provinsi Banjarmasin yang dikenal sebagai negeri melayu ini memiliki makanan atau oleh-oleh khasnya yang beraneka ragam. Dengan memanfaatkan sumber daya alam yang ada, Banjarmasin mampu menciptakan beberapa oleh-oleh khas Banjarmasin yang menjadi ikon untuk provinsi ini. Ikan gabus yang dimanfaatkan sebagai bahan baku untuk membuat amplang pun tidak sulit didapatkan. Dengan bahan baku yang tersedia dan memenuhi kebutuhan produksi, perusahaan dapat mengolahnya

sebagai makanan khas Banjarmasin.

Usaha dalam meningkatkan penjualan ini sangat diperlukan bagi keberlangsungan perusahaan. Perusahaan yang tidak bisa memenuhi keinginan konsumen akan mengalami penurunan volume penjualan. Jika dari tahun ke tahun perusahaan terus-menerus mengalami penurunan produksi maka dipastikan perusahaan akan gulung tikar. Misalnya, ketika pesaing usaha terus bertambah maka persaingan dalam jenis industri yang sejenis seharusnya memiliki spesifikasi keunggulan produk tersendiri. Selain itu, perusahaan harus bisa memahami betul kebutuhan konsumen, mendesain dan mengontrol kualitas produk dan pelayanan secara efektif dan efisien.

Sehubungan dengan itu, pimpinan perusahaan atau manajer pemasaran harus benar-benar dapat memahami perilaku pembeli dan seorang manajer pemasaran harus mengetahui terlebih dahulu karakteristik pasar serta struktur pasar. Hal ini dapat diperoleh perusahaan dengan mengadakan penelitian pasar yang cermat. Penelitian pasar dapat menghasilkan perhitungan potensial pasar yang lebih baik. Suksesnya suatu perusahaan dapat diukur dari laba yang diperoleh, efisiensi dan efektifitas dalam menjalankan operasional perusahaan, tetapi bagaimanapun unsur dari strategi bauran pemasaran tetap menuntut adanya tingkat efisiensi dan efektifitas serta melakukan strategi bauran pemasaran yang mantap untuk dapat menggunakan kesempatan dan peluang yang ada dalam pemasaran. Sehingga, posisi atau kedudukan perusahaan dipasar dapat dipertahankan.

Dunia usaha bersifat dinamis yang diwarnai dengan perubahan dari waktu ke waktu dan adanya keterkaitan antara yang satu dengan yang lainnya. Oleh karena itu strategi bauran pemasaran memegang peranan yang sangat penting untuk keberhasilan suatu perusahaan. Begitu pula dengan toko oleh-oleh khas Banjarmasin “Andalas” yang merupakan usaha penyaluran oleh-oleh khas Banjarmasin setiap tahunnya telah menetapkan target penjualan yang tentunya harus dicapai oleh perusahaan. Dalam meningkatkan penjualan perusahaan telah melakukan berbagai kebijakan agar dapat merangsang konsumen untuk membeli sehingga dapat meningkatkan penjualan perusahaan. Rangsangan yang telah dilakukan perusahaan ini antara lain mengadakan promosi melalui media cetak, memberi potongan harga dan menciptakan kemasan produk yang dapat menarik minat konsumen untuk membeli barang tersebut.

Jenis produk yang dipasarkan pada toko oleh-oleh khas Banjarmasin “Andalas” ini antara lain amplang ikan gabus, amplang ikan tenggiri, amplang ikan pipih, lempuk durian, dodol kandangan, keripik mandai, keripik kulit ikan, sambal acan, rimpie pisang, kacang jaruk, ikan asin sepat dan masih banyak jenis oleh-oleh khas Banjarmasin yang dipasarkan pada toko ini. Namun, pada penelitian ini peneliti hanya mengambil satu jenis produk yang dipasarkan yaitu amplang ikan gabus pada toko oleh-oleh khas Banjarmasin “Andalas” yang letaknya di jl. Perintis kemerdekaan no.12/rt.21 kelurahan pasar lama Banjarmasin.

## **METODE PENELITIAN**

metode penelitian deskriptif kualitatif adalah metode yang digunakan peneliti untuk menemukan pengetahuan atau teori pada satu waktu tertentu. Deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek dalam penelitian dapat berupa orang, lembaga, masyarakat dan yang lainnya yang pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau apa adanya.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap peningkatan penjualan pada Toko Oleh-oleh Andalas .Dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat beberapa data penjualan dari tahun 2017-2019.

**Tabel Pendapatan Tahun 2017**

No	Bulan	Jumlah produk yang terjual	Total penjualan
1	Januari	120	2.760.000,00
2	Februari	100	2.300.000,00
3	Maret	90	2.070.000,00
4	April	87	2.001.000,00
5	Mei	130	2.990.000,00
6	Juni	120	2.760.000,00
7	Juli	110	2.530.000,00
8	Agustus	70	1.610.000,00
9	September	85	1.955.000,00
10	Oktober	60	1.380.000,00
11	November	75	1.725.000,00
12	Desember	100	2.300.000,00
Jumlah		1.147	26.381.000,00

Sumber: data penjualan amplang ikan gabus 2017

Dari data penjualan diatas dapat diketahui bahwa pendapatan setiap bulannya mengalami naik turun. Produk yang berhasil dijual paling banyak adalah pada bulan Mei yaitu 130 produk dan hasil total penjualan tunai Rp 2.990.000 sedangkan produk yang sedikit terjual pada bulan Oktober 60 produk dan total penjualan tunai sebesar Rp 1.380.000.

**Table Pendapatan Tahun 2018**

No	Bulan	Jumlah produk yang terjual	Total penjualan
1	Januari	90	2.070.000,00
2	Februari	100	2.300.000,00
3	Maret	90	2.070.000,00
4	April	117	2.691.000,00
5	Mei	40	920.000,00
6	Juni	120	2.760.000,00
7	Juli	110	2.530.000,00
8	Agustus	300	6.900.000,00
9	September	28	644.000,00
10	Oktober	60	1.380.000,00
11	November	75	1.725.000,00
12	Desember	100	2.300.000,00
Jumlah		1.230	28.290.000,00

Sumber : data penjualan amplang ikan gabus 2018

Pendapatan tahun 2018 dalam penjualan produk mengalami naik turun setiap bulanya. pada tahun ini produk yang paling sedikit terjual adalah terdapat pada bulan September yaitu sebesar 28 produk dan hasil total penjualan tunainya Rp 644.000. Akan tetapi total pendapatan tunai paling banyak pada bulan Agustus yaitu Rp 6.900.000 dan hasil produk yang terjual 300 produk.

**Table 4Pendapatan Tahun 2019**

No	Bulan	Jumlah produk yang terjual	Total penjualan
1	Januari	221	5.083.000,00
2	Februari	127	2.921.000,00
3	Maret	190	4.370.000,00
4	April	130	2.990.000,00
5	Mei	1.190	27.370.000,00
6	Juni	122	2.806.000,00
7	Juli	118	2.714.000,00
8	Agustus	170	3.910.000,00
9	September	100	2.300.000,00
10	Oktober	157	3.611.000,00
11	November	275	6.325.000,00
12	Desember	187	4.301.000,00
	Jumlah	2.987	68.701.000,00

Sumber : *data penjualan amplang ikan gabus 2019*

Dari data penjualan diatas dapat diketahui bahwa jumlah produk yang berhasil terjual oleh pihak Toko adalah 2.987 produk dan total penjualan tunai Rp 68.701.000. Produk yang berhasil terjual paling banyak pada bulan April yaitu 1.190 produk dan total penjualan tunai Rp 27.370.000. Sedangkan barang yang paling sedikit terjual adalah pada bulan Juli dan September sebanyak 100 dan 118 produk, akan tetapi total penjualan tunai berbeda pada bulan Juli Rp 2.714.000 sedangkan bulan September RP 2.300.000.

**Tabel**

**Volume tingkat penjualan amplang ikan gabus Toko Oleh-oleh Andalas 2017-2019**

Tahun	Jumlah produk yang terjual	Volume penjualan
2017	1.147	26.381.000
2018	1.230	28.290.000
2019	2987	68.701.000

Sumber : *data toko oleh-oleh andalas per tahun 2017*

Dengan demikian untuk mengetahui dampak sejauh mana pengaruh bauran pemasaran terhadap penjualan amplang ikan gabus pada Toko Oleh-oleh Andalas dapat diketahui dengan membandingkan volume penjualan segala 3 tahun terakhir yakni penjualan tahun 2017-2019.

Pada tahun 2017 volume penjualan amplang ikan gabus mencapai Rp 26.381.000 sedangkan pada tahun 2018 penjualan mengalami peningkatan sebesar Rp 28.290.000, dan pada tahun 2019 penjualan semakin meningkat pesat sebanyak Rp 68.701.000.

## **PENUTUP**

Bab ini merupakan bagian terakhir dari penulisan skripsi ini, dimana penulis akan memberikan kesimpulan dari hasil analisa dan penelitian yang dilakukan.

- 1) Dari data yang sudah didapat dari tiga tahun terakhir yakni dari tahun 2017-2019 terus mengalami peningkatan, artinya strategi yang dipakai pada toko tersebut sangat baik.

- 2) Bauran pemasaran yang digunakan oleh Toko Oleh-oleh khas kalsel Andalas adalah melalui promosi, berupa periklanan melalui media sosial berupa instagram dan facebook. Memberikan harga yang terjangkau dan mampu memberikan kualitas produk yang terbaik.
- 3) Sedangkan strategi pemasaran yang diterapkan yakni melalui mitra kerja sesama pengusaha sentral oleh-oleh dan personal selling.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari.H. 2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan ke empat. Penerbit Alpa Beta. Bandung
- Angipora, Marius. P. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran ED-2*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Assauri, Sofyan. 2002. *Manajemen Pemasaran, Dasar-Dasar Konsep dan Strategi*. CV. Rajawali. Jakarta
- Assauri, Sofyan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Press. Jakarta
- Cravens W. David. 2004. *Pemasaran Strategis*, Alih bahasa Lina Sali, MBA. Erlangga. Jakarta
- Gasperz, Vincent. 2005. *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*. PT. Gramedia Pustaka Umum. Jakarta
- Ghozali, Imam. 2005. *Metode Penelitian Skripsi*. Gramedia Pustaka Umum. Jakarta
- Hutagaol, Vici Kristina. 2004. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Minuman Kopi di Potluck a Coffee Bar and Librarya Universitas Padjajaran*. Bandung. Tidak dipublikasikan
- Kasmir. 2006. *Kewirausahaan*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Terjemahan Ancellawati, Buku 2, Prentice Hall. Simon dan Schuster (Asia). Pte. Ltd. Penerbit ANDY. Yogyakarta
- Keller, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13. Jakarta: Erlangga