

## **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA ALYA SASIRANGAN BANJARMASIN**

Basmahu Syifa Arreishi<sup>1</sup>, Hj. Farida Yulianti<sup>2</sup>, Abdul Kadir<sup>3</sup>  
Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, NIM19310765  
Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, NIDN1121076901  
Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, NIDN1116066502

**Email : [svifaarreishii@gmail.com](mailto:svifaarreishii@gmail.com)**

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran apa yang diterapkan pada Alya Sasirangan Banjarmasin dalam meningkatkan penjualan produk kain Sasirangan (2) Untuk mengetahui strategi yang seharusnya dilakukan pada Alya Sasirangan Banjarmasin dalam meningkatkan penjualan kain sasirangan. Metode pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Informan pada penelitian adalah Owner Alya Sasirangan Banjarmasin. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi, wawancara, dan studi dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan Alya Sasirangan Banjarmasin berhasil menerapkan strategi pemasaran yang beragam dan efektif. Mereka menggunakan platform digital, seperti WhatsApp, untuk mempromosikan produk dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Selain itu, mereka juga memanfaatkan pemasaran tradisional melalui partisipasi dalam acara lokal dan interaksi personal. Strategi promosi melalui mulut ke mulut juga menjadi fokus penting, dengan memberikan pengalaman memuaskan kepada pelanggan untuk memperluas jaringan dan meningkatkan kesadaran merek. Adapun seharusnya Alya Sasirangan Banjarmasin dapat meningkatkan visibilitas dan citra merek melalui berbagai strategi pemasaran, dengan menggunakan iklan, penjualan langsung, promosi penjualan, publisitas, dan pemasaran langsung, mereka dapat menjangkau audiens yang lebih luas, memperkuat hubungan dengan pelanggan, dan membangun reputasi sebagai sumber informasi terpercaya. Dalam upaya ini, penting bagi mereka untuk memberikan pesan yang jelas, desain menarik, pelayanan yang baik, dan konten informatif. Dengan strategi yang tepat, Alya Sasirangan Banjarmasin dapat memperkuat posisinya sebagai merek sasirangan terkemuka dan mencapai kesuksesan dalam industri ini.

**Kata Kunci : Strategi & Penjualan Alya Sasirangan Banjarmasin**

---

### **ABSTARCT**

*This study aims to (1) To find out what marketing strategy was applied to Alya Sasirangan Banjarmasin in increasing sales of Sasirangan cloth products (2) To find out the strategy that should be carried out on Alya Sasirangan Banjarmasin in increasing sales of Sasirangan cloth. The method in this study uses a qualitative descriptive method. The informant in the study was the owner Alya Sasirangan Banjarmasin. Data collection techniques used in this study are observation techniques, interviews, and documentation studies.*

*The results of the study show that Alya Sasirangan Banjarmasin has succeeded in implementing various and effective marketing strategies. They use digital platforms, such as*

WhatsApp, to promote products and increase interaction with customers. Apart from that, they also take advantage of traditional marketing through participation in local events and personal interactions. Word of mouth promotion strategy is also an important focus, by providing a satisfying experience to customers to expand the network and increase brand awareness. As for Alya Sasirangan Banjarmasin, they should be able to increase their visibility and brand image through various marketing strategies, by using advertising, direct selling, sales promotion, publicity and direct marketing, they can reach a wider audience, strengthen relationships with customers, and build a reputation as a source of reliable information. In this endeavor, it is important for them to provide clear messages, attractive designs, good service, and informative content. With the right strategy, Alya Sasirangan Banjarmasin can strengthen its position as a leading sasirangan brand and achieve success in this industry.

**Keywords: Strategy & Sales of Alya Sasirangan Banjarmasin**

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Thamrin & Tantri Francis (2021). *Manajemen Pemasaran*. Depok. PT. Raja Grafindo Persada
- Dewi, P. N., Chandra, H & Rommy. M. R. (2021). *Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Usaha Bakso Wong Jowo By Tiwi*. JIP (Jurnal Industri dan Perkotaan), 17(2)
- Irfansyah, A. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Kue Bolu Pada Usaha Delima Banjarmasin* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Jannah, R. (2020). *Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Wafer Kita Pada PT. Punggawa Putra Kencana Banjarmasin* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Kereh, F., Tumbel, A. L., & Loindong, S. S. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Yamaha Mio Pada Pt. Hasjrat Abadi Outlet Yamaha Sam Ratulangi*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 6(2).
- Kotler Keller. (2021) *Intisari Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta. Penerbit CV. Andi Offser. ISBN 978-623-01-1704-6
- Lutfi, A. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran dan Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Swalayan Ismart Ponorogo*. Skripsi. Tersedia dari Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Intitut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju*. Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen, 1(1), 1-13.
- Nisa I.i.W. 2021 *Implementasi Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Berbasis Keagamaan Melalui Program Tahfizul Qur'an Di MTS Nizhamiyah Ploso Jombang*. Jurnal Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
- Nurjannah, N., & Sari, R. I. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Bahan Bangunan Pada Toko Sri Rejeki Di Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu*. JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting), 1(1), 102-111.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta

Sunyoto, D. (2019) *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus*.  
Yogyakarta: CAPS (Center Of Academic Publishing Service).

Priansyah, A. (2017). *Pemanfaatan Sosial Media Facebook dan Twitter Dalam Membangun Program Uttarab ANTV* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana).