

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA USAHA RUMAH JAHIT ANANDA BANJARMASIN

Salmaa Hayati¹, Hj. Farida Yulianti², Syahrani³

¹ Manajemen, 61101, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan
(UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari, 19310425

² Manajemen, 61101, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan
(UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari, 1121076901

³ Manajemen, 61101, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan
(UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari, 1125097401

E-mail: salmaahayati06@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing pada Usaha Rumah Jahit Ananda Banjarmasin saat ini dan (2) mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing pada Usaha Rumah Jahit Ananda Banjarmasin yang seharusnya. Rancangan penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan merupakan penelitian dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Responden pada penelitian ini adalah pemilik Usaha Rumah Jahit Ananda Banjarmasin. Hasil penelitian menunjukkan (1) strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing pada Usaha Rumah Jahit Ananda Banjarmasin saat ini sudah baik dalam menerapkan strategi pemasaran, seperti segmentasi pasar, target pasar, dan posisi pasar dan (2) strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing pada Usaha Rumah Jahit Ananda Banjarmasin yang seharusnya untuk segmentasi pasar agar dapat lebih memperluas segmentasi pasarnya yang tidak hanya menerima pesanan jahit dari orang terdekat saja, tetapi bisa untuk menerima pesanan jahit dari konsumen lainnya terutama yang berada di luar Banjarmasin dan sekitarnya. Untuk semua target pasar yang dipilih agar sebisa mungkin dapat menyelesaikan pesanan jahit konsumen tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan oleh si konsumen. Untuk posisi pasar agar Usaha Rumah Jahit Ananda dapat terus meningkatkan kualitas jahitan yang dihasilkan dan meningkatkan lebih baik lagi pelayanan kepada konsumen.

Kata kunci : Daya Saing dan Strategi Pemasaran

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers, PT. Raja Grafindo Persada.
- Assauri, S. (2016). *Strategic Management (Sustainable Competitive Advantage)* Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Astina, S. T., & Mawardi, M. K. (2016). Analisis Segmentation, Targeting, Dan Positioning Dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Melalui Strategi Pemasaran Di Toko Pia Cap Mangkok Cabang Semeru. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol, 39, 57-65*.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar manajemen pemasaran*. Deepublish.
- Ernawati, N., & Siswanto, S. (2018). PENGARUH KESIAPAN MODAL DAN PEMANFAATAN E-COMMERCE TERHADAP DAYA SAING UMKM DI SLEMAN YOGYAKARTA. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi, 6(2)*.
- Fatkhurahman. (2023). *Keunggulan Bersaing UMKM*. CV. Karya Nofa. <https://books.google.co.id/books?id=9givEAAAQBAJ>
- Fidiyati, N., Malik, D., & Hasiholan, L. B. (2018). Strategi Pemasaran Industri Mebel Dalam Menembus Pasar Global Melalui Analisis SWOT (Studi Kasus pada CV Mandiri Abadi Jepara). *Journal of Management, 4(4)*.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Indrawati, P. D. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif: Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Informasi dan Komunikasi*.
- Ismail, J. K., Hari Nugroho, S. E., MM, M., Intan Hesti Indriana, M. M., Hendrayady, A., Sos, S., . & Kraugusteeliana, M. (2022). *Pengantar Manajemen*. Media Sains Indonesia.
- Kunandar. (2013). *Penilaian Autentik: (Penilaian Hasil Belajar Peserta Didik Berdasarkan Kurikulum 2013) Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Kusumadmo, E. (2013). *Manajemen Strategik Pengetahuan*. Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka.

- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83-88.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sugiyono, P. (2016). *Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research, dan Penelitian Evaluasi)*. Bandung: Alfabeta Cv.
- Sulistiyani, S., Pratama, A., & Setiyanto, S. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Umkm. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 31.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran, konsep, strategi, dan kasus*.
- Taufiqurokhman, T., Sos, S., & Si, M. (2016). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.
- Wibowo, D. H., & Zainul Arifin, S. (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1).
- Yulianti, F., Lamsah, P., & Periyadi, P. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.