

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA BELI KONSUMEN PADA STUDI KASUS USAHA KERUPUK UMMI KEMUNING BANJARBARU

Arpah¹, Hj. Farida Yulianti², Hj. Lamsah³

¹Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 19310426

²Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 1121076901

³Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 1125126201

E-mail: Arfaahfah@gmail.com/ 0895602566682

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan Kerupuk Ummi Kemuning Banjarbaru untuk meningkatkan daya beli konsumen, (2) Apa faktor pendukung strategi pemasaran pada usaha Kerupuk Ummi Kemuning Banjarbaru.

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kualitatif. Pengumpulan data diperoleh dari tehnik wawancara dengan pemilik dari usaha Kerupuk Ummi Kemuning Banjarbaru. Tujuan penelitian ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Hasil penelitian menunjukkan (1) strategi pemasaran yang digunakan usaha Kerupuk Ummi Kemuning Banjarbaru sudah cukup baik dan tepat, (2) faktor pendukung strategi pemasaran usaha Kerupuk Ummi Kemuning Banjarbaru yaitu memiliki manajemen yang baik, pelayanan yang baik, dan dukungan dari masyarakat.

Kata Kunci : Strategi pemasaran; Daya beli konsumen

ABSTRACT

This study aims to find out: (1) What is the marketing strategy used for Kerupuk Ummi Kemuning Banjarbaru to increase consumer purchasing power, (2) What are the supporting factors for the marketing strategy for the Kerupuk Ummi Kemuning Banjarbaru business.

This study uses a qualitative research design. Data collection was obtained from interview techniques with the owner of the Ummi Kemuning Banjarbaru Kerupuk business. The purpose of this study is to make a description, an overview of the facts, characteristics and relationships between the phenomena investigated.

The results showed (1) the marketing strategy used by the Banjarbaru Ummi Kemuning Crackers business was quite good and appropriate, (2) the supporting factors for the marketing strategy of the Ummi Kemuning Banjarbaru Crackers business were good management, good service, and support from the community.

Keywords: Marketing strategy; Consumer purchasing power

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, Abu dan Narbuko Cholid. Metodologi Penelitian. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Alma, B., & Donni. 2014. Manajemen Bisnis Syariah. Bandung: ALFABETA.
- Arif Yusuf Hamalini. Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan. Jakarta: Kencana, 2016.
- Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers
- Buchari Alma. Pengantar Bisnis. Bandung: Alfabeta, 2013
- Buchari Alma. 2016. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Djam'an Satori dan Aan Komariah. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Dyah dan Sawitri. Ekonomi Mikro dan Implementasi, Cet.1. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Efnita, T. 2017. Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Wedding Organizer. Adbispreneur Vol 2, no. 2
- Gitosudarmo. 2017. Manajemen Pemasaran. Edisi 2. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada BPFE
- Hamid Darmadi. 2013. Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial. Bandung: Alfabeta
- Johnson, Scholes, Whittington. 2016. Exploring Corporate Strategy.
- Junaedy, Lunardi. 2016. Analisis Segmentasi Pasar dan Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Motor pada PT Lautan Teduh Di Lampung. Lampung: Universitas Lampung.
- Kotler & Keller. 2013. Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. Bandung: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gar Armstrong. 2015. Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition. England: Pearson Education, Inc
- Kotler, Philip dan Gar Armstrong. 2017. Principles of Marketing. United States of America: Pearson Education

- Kotler, P dan Amstrong, G. 2018. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoido. 2015. Manajemen Jasa Edisi Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Manap, Abdul. 2013. Revolusi Manajemen Pemasaran. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Mulyadi Nitisusastro. Perilaku Konsumen dalam Prespektif Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Munandar, Dadang. 2017. Analisis Penentuan Segmen, Target, dan Posisi Pasar Home Care di RS Al-Islami. Bandung
- Sangadji, Mamang, Etta dan Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi
- Simamora, Henry. 2013. Akuntansi Manajemen. Yogyakarta: Diandra Primamitra.
- Sofian Siregar. Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Bumi Aksara, 2014
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Manajemen. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Supawi Pawenang. Modul Perkuliahan Lingkungan Ekonomi Bisnis. Surakarta: Program Pancasarjana UNIBA, 2016
- Tjiptono, Fandi. 2015. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: ANDI
- Yazid. 2015. Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi Edisi 2. Yogyakarta: Ekonisia