

# ANALISIS BAURAN PEMASARAN DALAM RANGKA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA IRMA SASIRANGAN

Muhammad Ali Syfutra<sup>1</sup>, Aida Vitria<sup>2</sup>, Abdurrahim<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Prodi Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB Banjarmasin, NPM16310720

<sup>2</sup>Prodi Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB Banjarmasin, NIDN1123126801

<sup>2</sup>Prodi Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB Banjarmasin, NIDN1105088902

E-mail: [muhammadalisyfutra@gmail.com](mailto:muhammadalisyfutra@gmail.com) / +6285345067253

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa : (1) Bauran pemasaran yang diterapkan pada Irma Sasirangan Dalam upaya meningkatkan volume penjualan pada Irma sasirangan, (2) Mengidentifikasi kendala Bauran pemasaran yang diterapkan dalam upaya meningkatkan volume penjualan pada Irma Sasirangan.

Penelitian ini menggunakan rancangan Penelitian Deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh melalui wawancara dan Observasi selanjutnya dianalisis dengan menggunakan pola pikir deduktif. Data yang menjadi rujukan penulis adalah data penjualan Januari 2019- Maret 2020.

Dari hasil penelitian ini dapat di ketahui bahwa : (1) Penerapan Bauran pemasaran terdiri dari 4 komponen yaitu Produk, Price, Place, dan Promotion pada sudah berjalan dengan namun ada komponen pada produk yang belum berjalan dengan maksimal, (2) Kendala dalam penerapan bauran pemasaran pada Irma sasirangan yaitu dari segi produk ialah pada Proses pembuatan yang terlalu lama sehingga membuat konsumen menunggu pesanan yang di inginkan, dan untuk 3 komponen tidak ada kendala yang berarti dalam rangka meningkatkan volume penjualan pada Irma sasirangan.

**Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Volume Penjualan,.**

---

## ABSTRACT

*This study aims to analyze: (1) Marketing mix applied to Irma Sasirangan In an effort to increase sales volume at Irma Sasirangan, (2) Identify constraints Marketing mix applied in an effort to increase sales volume at Irma Sasirangan.*

*This study uses a qualitative descriptive research design. Data obtained through interviews and observations were then analyzed using deductive thinking patterns. The data that the authors refer to are sales data from January 2019 to March 2020.*

*From the results of this study it can be seen that: (1) The application of the marketing mix consists of 4 components, namely Product, Price, Place, and Promotion which are already running but there are components on the product that have not been running optimally, (2) Constraints in applying the mix marketing at Irma sasirangan that is in terms of products is in the process of making it too long so that makes consumers wait for the desired order, and for 3 components there are no significant obstacles in order to increase sales volume at Irma sasirangan.*

**Keywords: Marketing Mix, Sales Volume ,.**

## **PENDAHULUAN**

Di Era globalisasi pada saat ini kelangsungan usaha jual beli sangat menuntut peranan bauran pemasaran dalam menunjang kemajuan bisnis. Maju atau mundurnya kegiatan bisnis yang dilakukan oleh pengusaha dapat ditentukan oleh keberhasilan kegiatan pemasaran bisnis tersebut, karena kegiatan pemasaran adalah merupakan kegiatan bisnis yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas (pelanggan maupun mitra bisnis).

Dalam bisnis pentingnya keberhasilan kegiatan pemasaran tidak berarti harus mengesampingkan peranan bagian lain yang ada dalam kegiatan bisnis, karena seluruh kegiatan yang ada dalam bisnis merupakan suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Pemasaran merupakan kegiatan yang selalu ada dalam setiap usaha, baik itu usaha yang berorientasi profit maupun usaha-usaha yang bergerak dalam usaha sosial.

Pemasaran sangat penting dalam suatu perusahaan, karena hal utama yang menjadi dasar perlu adanya pemasaran bagi perusahaan adalah karena produk yang dijual tidak bisa mencari konsumennya sendiri. oleh karena itu, disetiap koorporat selalu terdapat bidang khusus yang menangani distribusi produk mereka agar sampai ke tangan konsumen.

Salah satu tujuan dari kegiatan pemasaran adalah untuk mempengaruhi konsumen atau calon konsumen agar mau membeli barang atau jasa perusahaan pada saat dibutuhkan. Sebelum kegiatan pemasaran dilakukan, perusahaan perlu mengetahui dan memahami perilaku konsumen terlebih dahulu agar lebih tepat dalam menetapkan kegiatan pemasaran. Namun, pelaku pemasaran tidak semuanya mengerti tentang ilmu pemasaran, meskipun mereka telah melakukan usaha-isaha pemasaran.

Melihat sekarang ini di daerah banjarmasin banyak sekali masyarakat yang mempunyai usaha di bidang yang sama membuat Irma Sasirangan mempunyai banyak pesaing, di samping itu banyak usaha yang serupa yang telah maju, hal ini membuat Irma Sasirangan mempunyai banyak ancaman dan kendala dalam memasarkan produk yang telah dihasilkan. Dalam kondisi demikian, maka Irma Sasirangan dituntut untuk menerapkan strategi bauran pemasaran yang tepat dalam memasarkan dan menjual produk.

Strategi pemasaran yang yang tepat meliputi peningkatan produk, memperkuat jaringan, saluran distribusi, serta menentukan harga yang tepat dalam penjualan. Hal tersebut harus dilakukan karena mengingat bahwa strategi pemasaran ini akan berpengaruh pada peningkatan volume penjualan serta peningkatan pendapatan yang akan diperoleh perusahaan. Dengan latar belakang yang telah disebutkan diatas, maka mengantarkan peneliti untuk melakukan penelitian yang berjudul: Analisis Bauran Pemasaran Dalam Rangka Meningkatkan Volume Penjualan Pada Irma Sasirangan

## **METODE**

### **1) Jenis Penelitian.**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Sebagaimana diungkapkan oleh Nana Syaodih bahwa penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang ditunjukkan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok.

### **2) Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan 2 (dua) metode pengumpulan data yang utama dalam metode penelitian kualitatif, yaitu :

#### **1. Wawancara.**

Wawancara merupakan alat pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam adalah proses memperoleh

keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara. Di mana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.

## 2. Pengamatan (Observasi)

Pengamatan atau observasi dalam penelitian ilmiah adalah studi yang disengaja dan dilakukan secara sistematis, terencana, terarah pada suatu tujuan dengan mengamati dan mencatat fenomena atau perilaku satu atau sekelompok orang dalam konteks kehidupan sehari-hari, dan memperhatikan syarat-syarat penelitian ilmiah. Dengan demikian hasil pengamatan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Bagaimana penerapan bauran pemasaran pada Irma Sasirangan dalam Rangka meningkatkan volume penjualan?

#### 1) Produk

Menurut Pemilik Irma Sasirangan Ibu Lailani Lathifah mengatakan bahwa “ Untuk Produk yang kami tawarkan pada Irma sasirangan berbagai macam motif dan bahannya, yaitu motif gigi haruan, kembang kacang, hiris gegatas, kembang sasaki, daun jaruju, tampuk manggis, bintang, gelombang, bayam raja, ular lidi, naga balimbur, dara manginang, daun katu, dan lainnya, ada juga souvenir

lainnya seperti gantungan kunci sandal dan lainnya, yang kami fokuskan sekarang adalah penjualan kain sasirangan”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat di simpulkan bahwa untuk komponen produk pada Irma sasirangan ialah menjual berbagai macam motif kain sasirangan dan ada yang lainnya seperti souvenir dan lain sebagainya.

#### 2) Price (Harga)

Menurut pemilik Irma sasirangan Ibu Lailani Lathifah mengatakan bahwa “ untuk harga kain sasirangan pada Irma sasirangan bermacam macam dari 350 Rb sampai dengan 1 juta lebih tergantung motif dan proses pembuatan dan kualitas dari motif dan bahan kain sasirangan itu sendiri”.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat di simpulkan bahwa untuk harga kain pada Irma sasirangan bermacam macam tergantung motif dan bahan kain tersebut sehingga harga menunjukkan dari kualitas kain sasirangan itu sendiri dan proses pembuatan membutuhkan lama sehingga membuat harga kain sasirangan itu sendiri tergantung dari berapa lama proses pembuatan kain sasirangan itu.

#### 3) Place ( Tempat)

Menurut pemilik Irma sasirangan Ibu Lailani Lathifah mengatakan bahwa “ Untuk tempat kami tidak hanya di kampung sasirangan aja, kini Irma sasirangan telah bekerjasama dengan beberapa hotel besar yang ada di kota Banjarmasin, bagi tamu yang tidak sempat berkunjung ke Irma sasirangan yang berada di kampung sasirangan, bisa mendapatkan produk tersebut di counter/shop hotel”. Berikut adalah penuturan dari pemilik dari Irma sasirangan.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat di simpulkan bahwa untuk tempat penjualan kain sasirangan tidak hanya berada di kampung sasirangan, namun sekarang bisa mengunjung beberapa hotel besar karena Irma sasirangan sudah bekerjasama dengan hotel tersebut, apabila pengunjung tidak sempat mengunjungi Irma sasirangan yang berada di kampung sasirangan, bisa membeli produk tersebut di counter/shop hotel yang sudah bekerjasama dengan Irma sasirangan.

#### **4) Promotion (promosi)**

Menurut pemilik Irma Sasirangan Ibu Lailani Lathifah mengatakan bahwa “Untuk promosi kami sudah menjalankan semua dari bekerjasama dengan hotel besar yang berada di kota Banjarmasin, promosi melalui media sosial seperti instagram, facebook, web dan lainnya guna berupaya mempromosi produk kami yaitu kain sasirangan Irma sasirangan”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat di simpulkan bahwa promosi yang diterapkan oleh Irma sasirangan ialah melalui kerjasama dengan beberapa hotel besar di Banjarmasin, promosi melalui media sosial seperti instagram, facebook dan lain sebagainya guna berupaya meningkatkan volume penjualan pada Irma sasirangan.

#### **2. Apa saja Kendala kendala dalam penerapan bauran pemasaran pada Irma sasirangan**

##### **1) Produk**

Menurut Ibu Lailani Lathifah Pemilik Irma Sasirangan mengatakan bahwa “ Untuk kendala dari segi Produk ialah Proses Pembuatan kain Sasirangan yang memakan waktu yang lama sehingga membuat konsumen lama untuk menunggu”.Berikut adalah penuturan dari ibu Lailani Lathifah pemilik dari Irma Sasirangan. Bedasarkan Penuturan dari Pemilik Irma sasirangan bahwa kendala dari segi produk ialah pada Proses pembuatan yang terlalu lama sehingga membuat konsumen menunggu pesanan yang di inginkan.

##### **2) Price (Harga)**

Menurut ibu Lailani Lathifah pemilik Irma sasirangan mengatakan bahwa “ Dalam penetapan harga kami tidak ada kendala, namun untuk harga kami disini bermacam macam tergantung motif kain, proses pembuatannya”.

Berikut dari penuturan pemilik Irma sasirangan. Berdasarkan Penjelasan di atas dapat di simpulkan bahwa dalam penetapan harga pada Irma Sasirangan tidak mengalami kendala yang berarti, namun untuk harga kain sasirangan berbeda beda tergantung motif kain dan proses pembuatannya.

##### **3) Place (Tempat)**

Menurut Ibu Lailani Lathifah mengatakan bahwa “ Untuk Tempat Kami telah bekerjasama dengan hotel hotel besar di kota Banjarmasin jadi bagi konsumen yang ingin membeli kain sasirangan namun tidak sempat berkunjung ke kampung sasirangan bias mengunjungi hotel hotel yang telah bekerja sama dengan Irma sasirangan, jadi kami tidak ada kendala dalam tempat kami dapat ditemukan”.

Berikut adalah penuturan dari Pemilik dari Irma Sasirangan. Berdasarkan penjelasan di atas dapat di simpulkan bahwa untuk tempat pada Irma sasirangan tidak mengalami kendala yang berarti dalam penerapan bauran pemasaran khususnya komponen tempat, karena Irma sasirangan telah bekerja sama dengan hotel hotel besar yang berada di kota Banjarmasin.

##### **4) Promotion ( Promosi)**

Menurut Ibu Lailani Lathifah Pemilik Irma sasirangan mengatakan bahwa “ untuk promosi kami menggunakan via sosmed ( social media ) seperti facebook, instagram webblog yang dapat di akses sehingga kami dapat di order secara online apabila konsumen tidak sempat membeli secara langsung via WA, kendalanya banyak persaingan dengan lainnya,

## **2. Pembahasan**

### **1) Analisis bauran pemasaran dalam rangka meningkatkan volume penjualan**

Setelah melakukan pengamatan pada Irma Sasirangan. Bauran yang di terapkan yang terdiri dari 4 komponen yaitu ( Produk ), ( Price), ( Place ), ( Promotion ). Produk yang dipasarkan

pada Irma sasirangan cukup banyak yaitu motif gigi haruan, kembang kacang, hiris gegatas, kembang sasaki, daun jaruju, tampuk manggis, bintang, gelombang, bayam raja, ular lidi, naga balimbur, dara manginang, daun katu, dan lainnya, ada juga souvenir lainnya seperti gantungan kunci sandal dan lainnya, namun pada Irma Sasirangan berfokus pada penjualan kain sasirangan yang merupakan kain kebanggaan masyarakat kalimantan selatan khususnya kota Banjarmasin.

Dalam Menawarkan produknya Irma Sasirangan selalu mengutamakan kepuasan konsumen dan kualitas dari kain itu sendiri. Untuk harga pada Irma Sasirangan tergantung dari motif bahan kain sasirangan dan proses harganya, dari harga 350 rb sampai dengan 1 juta Rupiah, harga menunjukkan kualitas motif kain sasirangan itu sendiri sehingga membuat harganya lumayan sekali.

Untuk tempat penjualan kain sasirangan tidak hanya berada di kampung sasirangan, namun sekarang bisa mengunjungi beberapa hotel besar karena Irma sasirangan sudah bekerjasama dengan hotel tersebut, apabila pengunjung tidak sempat mengunjungi Irma sasirangan yang berada di kampung sasirangan, bisa membeli produk tersebut di counter/shop hotel yang sudah bekerjasama dengan Irma sasirangan. Untuk promosi pada Irma sasirangan promosi melalui media sosial seperti instagram, facebook dan lain sebagainya guna berupaya meningkatkan volume penjualan pada Irma sasirangan.

## **2) Kendala Bauran pemasaran dalam rangka meningkatkan volume penjualan**

Dalam melakukan strategi penerapan bauran pemasaran tidaklah mudah ada berbagai kendala yang banyak mempengaruhi pada proses penjualan. Kendala tersebut juga dapat menghambat proses penjualan dan juga dapat mempengaruhi strategi yang telah direncanakan, atau mungkin bisa menghentikan proses penjualan suatu usaha yang telah sulit didirikan. Untuk Produk yang di pasarkan oleh Irma Sasirangan bermacam macam motif dan kualitas kainnya, namun ada kendala pada proses pembuatannya yang memakan waktu yang lama. Pada Komponen Price (harga) tidak ada kendala yang berarti karena harga pada Irma sasirangan menunjukkan kualitas kain itu sendiri sehingga harga kain sasirangan pada Irma sasirangan sangat lumayan harganya.

Pada komponen tempat pada Irma sasirangan tidak ada kendala yang berarti yang dapat menghambat volume penjualan, dikarenakan Irma sasirangan sudah bekerja sama dengan hotel hotel besar pada Banjarmasin, sehingga mudah ditemukan, bagi konsumen yang tidak sempat berkunjung ke kampung sasirangan dapat berkunjung pada hotel hotel besar pada kota Banjarmasin. pada komponen promosi, promosi pada Irma sasirangan promosi menggunakan via sosmed seperti facebook, instagram dan weblog, namun kendala yang berarti ialah persaingan yang ketat pada kampung sasirangan.

## **PENUTUP**

### **1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

- 1) Penerapan Bauran pemasaran terdiri dari 4 komponen yaitu Produk, Price, Place, dan Promotion pada sudah berjalan dengan namun ada komponen pada produk yang belum berjalan dengan maksimal
- 2) Kendala dalam penerapan bauran pemasaran pada Irma sasirangan yaitu dari segi produk ialah pada Proses pembuatan yang terlalu lama sehingga membuat konsumen menunggu pesanan yang di inginkan, dan untuk 3 komponen tidak ada kendala yang berarti dalam rangka meningkatkan volume penjualan pada Irma sasirangan.

## 2. Saran

Berdasarkan analisa dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran-saran yang mungkin dapat digunakan oleh Irma Sasirangan. Adapun saran yang akan penulis kemukakan sebagai berikut:

- 1) Penerapan Bauran pemasaran dari ke empat komponen tersebut lebih di maksimalkan kembali khususnya pada komponen produk agar dapat meningkatkan volume penjualan pada Irma Sasirangan
- 2) Kendala-kendala tersebut dapat di minimalisir agar tidak menghambat Proses penjualan.

## REFERENSI

- Aliefia Hanifaradiz dan Budhi Satrio, 2016, "Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian sabun mandi lifeboy di Surabaya" Jurnal sekolah tinggi ilmu ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya,
- Asep Saepul Hamdi, 2014, Metode Penelitian Kualitatif Aplikasi dalam Pendidikan, hal 9 Yogyakarta: Deepublish.
- Basu Swastha, dan Irawan, 2008 Manajemen Pemasaran Modern. Cetakan Ke-13 hal 269 Yogyakarta: Liberty Yogyakarta,
- Hamidi, 2004, Metode Penelitian Kualitatif, Hal 80 Malang: UMM,
- Kotler Philip, 2000, Marketing Management: Edisi Milenium. hal 81 International Edition. Prentice Hall,
- Kotler Philip, 2005, Manajemen Pemasaran, Jilid 1 Edisi kesebelas. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler Philip dan Armstrong Gary. 2008, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 1, Jilid 1, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler Philip dan Garry Armstrong Gary Principle Of Marketing, Global Edition, 14 Edition Person Education.
- Kotler Philip dan Lane Kevin Keller, 2008. Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 13, Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Lexy J. Moleong, 2006 Metodologi Penelitian Kualitatif hal 4, Bandung: PT Remaja Rosdakarya,
- Prof. Dr. Assuari Sofjan, M.B.A, Manajemen Pemasaran. Edisi 1 cetakan 14. Jakarta: Penerbit Rajawali Pers. 2015.
- Setiawan Hari Purnomo, 2010 Manajemen Strategi Sebuah Konsep Pengantar, hal 8 Jakarta: Binapura Aksara,
- Sugiono, 2015, Metode Penelitian Kombinasi Mixed Methods, Cetakan Ke-7, Hal. 334 Bandung: Alfabeta, 2015
- Sugiono, 2008, Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D, hal. 15 Bandung: Alfabeta, 2008
- Supriono, 1985, Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis, hal 8 Yogyakarta: BPFE,
- Rahel Widiawati Kimbal, 2015, Modal Sosial dan Ekonomi Industri Kecil: Sebuah Kualitatif, Hal 73, Yogyakarta: Deepublish. 2015,
- Zulfikar dan Nyomab Budiantara, 2014 Manajemen Riset dengan Pendekatan Komputasi Statistika, hal 115 Yogyakarta: Deepublish. 2014.