

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN BERAS PADA TOKO BERAS IFUL DI KELAYAN BANJARMASIN

Dina Maulida ¹, Farida Yulianti ², Noorlaily Maulida ²

¹ Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (Uniska) Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, NIM19310869

² Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (Uniska) Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, NIDN 1121076901

³ Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (Uniska) Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, NIDN 1119027801

Email: maulida.dina069@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian adalah (1) Untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan beras pada Toko Beras Iful Kelayan Banjarmasin selama ini yang dilakukan. (2) Untuk mengetahui strategi pemasaran yang seharusnya dilakukan dalam meningkatkan penjualan beras pada Toko Beras Iful Kelayan Banjarmasin.

Data yang diperoleh dari penelitian lapangan dianalisis secara deskriptif berdasarkan pada teori untuk menggambarkan suatu hasil penelitian. Namun, hasil gambaran tersebut tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih umum, meneliti tentang analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Toko Beras Iful Kelayan Banjarmasin.

Hasil dari penelitian adalah (1) kurangnya partisipasi karyawan atau pemilik dalam memasarkan beras, (2) kurangnya tenaga kerja khusus pemasaran, (3) minimnya informasi pasar, (4) minimnya kegiatan promosi dengan modal terbatas dan kemaasan kurang menarik serta kelemahan, (5) Toko Beras Iful Kelayan Banjarmasin kurang memanfaatkan teknologi komunikasi dalam memasarkan produk.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran, Penjualan Beras*

ABSTRACT

The purpose of this study is (1) To determine the marketing strategy in increasing rice sales at the Rice Shop Iful Kelayan Banjarmasin. (2) To find out the marketing strategy that should be done in increasing rice sales at the Rice Shop Iful Kelayan Banjarmasin.

The data obtained from the field research were analyzed descriptively based on the theory to describe a research result. However, the results of this description are not used to make more general conclusions, examining the analysis of marketing strategy in an effort to increase rice sales at the Rice Shop Iful Kelayan Banjarmasin.

The results of the research are (1) the lack of participation of employees or owners in marketing rice, (2) the lack of specialized marketing manpower, (3) the lack of market information, (4) the lack of promotional activities with limited capital and unattractive packaging and weaknesses, (5) The Rice Shop Iful Kelayan Banjarmasin does not use communication technology in marketing products.

Keywords : *Marketing Strategy, Rice Sales*

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, N. (2022). Strategi pemasaran beras dalam meningkatkan penjualan (STUDI KASUS PADA USAHA PB. SEHATI DI KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG) = RICE MARKETING STRATEGY IN INCREASING SALES (CASE STUDY ON PB. SEHATI BUSINESS IN SIDENRENG RAPPANG REGENCY) (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- BINTARI, Y. (2021). PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK KABEL PADA PT KABELINDO MURNI TBK (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Devi Novitasari dan Samari, (2021). Upaya Peningkatan Volume Penjualan di *Masa Pandemi Covid-19 melalui Optimalisasi Promosi, Harga, dan Saluran Distribusi pada Pusat Oleh-oleh Gudange Tahu Takwa*. Jurnal Pendidikan Manajemen Terapan (PENATARAN) Vol.6 No 1 (2021) hlm.55-63
- Eviyati, R. (2017). Kepuasan Konsumen Terhadap Pemilihan Kualitas dan Rasa Beras. *Agrijati Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Pertanian*, 16(1).
- Firmansyah, M. A., & Rosmaniar, A. (2015). Pengaruh marketing mix terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor honda di surabaya. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 12(02).
- Handayani, S. (2017). penyelesaian klaim asuransi terhadap pencapaian target penjualan produk asuransi ajb bumiputera 1912 cabang bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1).
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu). *Solusi*, 19(1).
- Indrasari, M. (2019). PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan. unitomo press.
- Irawan, D. (2019). Analisis strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan menurut perspektif ekonomi islam (Studi pada mebel Karya Mandiri Kabupaten Pringsewu) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- 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).
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode penelitian kuantitatif*. Deepublish.
- Mahardika, R. (2020). Strategi Pemasaran Wisata Halal. *Mutawasith: Jurnal Hukum Islam*, 3(1), 65-86.
- Mulya, P. (2016). *Wirausaha Pengusik Kemapanan (Vol. 3)*. Prasetya Mulya.
- Mulyanigtyas, M. (2018). Analisis Kinerja Keuangan Kota Mojokerto Dengan Pendekatan Value For Money. *PRIVE: Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 1(1), 1-14.
- Muttaqin, R. (2020). *Implementasi strategi promosi untuk meningkatkan volume penjualan: Studi kasus pada PT. Prito Kukuh Abadi Kota Blitar* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Nabilla, A. G., & Tuasela, A. (2021). Strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan pendapatan pada diva karaoke rumah bernyanyi di kota timika. *JURNAL KRITIS (Kebijakan, Riset, dan Inovasi)*, 5(2), 21-40.
- Pasaribu, H. F. (2018). Penerapan Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Pada PT. Arma Anugerah Abadi Medan (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Meddan).
- Prastiwi, Q. (2019). Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada UMKM pabrik roti Alfaris Bakery Medan (Doctoral dissertation).

- Puput Lestari, Juliana Kadang, Harnida Wahyuni Adda, (2023). *Strategi Marketing Mix Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Toreko*. Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen. Vol.2, No 1, Maret 2023. e-ISSN : 2962-7621; p-ISSN: 2962-763X, HAL 139-146
- Qomariah, N. (2016). *Marketing Adactive Strategy*. Jember. Cahaya Ilmu.
- Saleh, H. M. Y., & Miah Said, S. E. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies (Vol. 1)*. Sah Media.
- Sofiani, I., & Nurhidayat, A. I. (2019). *Rancang Bangun Aplikasi E-Marketplace Hasil Pertanian Berbasis Website Dengan Menggunakan Framework Codeigniter*. Jurnal Manajemen Informatika, 10(1), 25-32.
- Sugiman, F. (2013). *Pengembangan bisnis dilihat dari faktor internal dan eksternal perusahaan pada Homestay Dhanesvara di Surabaya*. Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa, 1(2), 362-375.
- Sulaiman, A. I., Kuncoro, B., Sulistyoningih, E. D., Nuraeni, H., & Djawahir, F. S. (2017). *Pengembangan Agrowisata Berbasis Ketahanan Pangan Melalui Strategi Komunikasi Pemasaran di Desa Serang Purbalingga*. Jurnal The Messenger, 9(1), 9-25.
- Tanam, B., & Andriansyah, A. (2023). *Keutamaan Bertani. Hukum Islam Agroteknologi: Studi Takhrij dan Syarah Hadi*, 56.
- 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).
- Widyawati, R. F. (2017). *Analisis keterkaitan sektor pertanian dan pengaruhnya terhadap perekonomian Indonesia (analisis input ouput)*. Jurnal Economia, 13(1), 14-27.
- Wijoyo, H. (2021). *Manajemen Pemasaran. Insan Cendekia Mandiri*.
- Yenny Kila, Yosef Moan Banda, (2019). *Bauran Pemasaran Dan Pengaruh Konsumen Dalam Membeli Produk AICE Di UD. Stan Jaya Kelurahan Paupire Kecamatan Ende Tengah Kabupaten Ende*. Jurnal Pendidikan Ekonomi Vol.4 No 2, September 2019 ISSN 2527-600X
- Zulkarnain, (2012) *Ilmu Menjual pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual*, (Yogyakarta)