

# ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA TOKO KUE HJ.ENONG KOTA MARTAPURA

Murdianti , Lamsah , Hairul

Manajemen , Fakultas Ekonomi , Universitas Islam Kalimantan(Uniska)  
Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, NIM16310135

Manajemen , Fakultas Ekonomi , Universitas Islam Kalimantan(Uniska)  
Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, NIDN 1125126201

Manajemen , Fakultas Ekonomi , Universitas Islam Kalimantan(Uniska)  
Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, NIDN 1125096201

Murdiyanti.62@gmail.com/083110441592

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran pada Toko Hj Enong Bakery dalam meningkatkan volume penjualannya. Untuk mengetahui hasil analisa kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunities*), Ancaman (*Threat*) serta gambaran strateginya sehingga dapat diaplikasikan untuk meningkatkan penjualan produk dengan menggunakan Teknik SWOT, EFAS, dan IFAS serta diagram Cartesius. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif, yaitu studi kasus yang menghasilkan data-data deskriptif yang dituangkan dengan kata-kata. Teknik pengumpulan data ini penulis melakukan wawancara pribadi dengan HRD/Personalia yaitu Bapak Hafizi dengan langsung mengunjungi tempat kerja di Toko pusat Hj Enong Bakery penulis mendapatkan berbagai informasi lengkap dengan data-data penjualan beberapa bulan yang lalu. Kesimpulan dari analisis yang dilakukan pada strategi pemasaran Toko Hj Enong Bakery adalah perusahaan sudah melakukan strategi pemasaran dengan benar dan tepat dan pada perhitungan analisis SWOT yang dituangkan pada diagram cartesius proderma berada di posisi kuadran 1 yaitu *Growth* (Perkembangan), yang mana perusahaan dapat mengembangkan dan mempertahankan serta meningkatkan kualitas produk agar konsumen terus percaya pada produk kue nya. Pada hasil analisa SWOT kekuatan (*Strength*) mempunyai hasil 2,41, Kelemahan (*Weakness*) mendapatkan hasil 0,66, Peluang (*Opportunities*) mendapatkan hasil 2,83, dan Ancaman (*Threat*) mendapatkan hasil 0,60. Kesimpulan dari penelitian ini adalah a) Strategi Produk : strategi yang digunakan dengan membuat berbagai macam jenis kue. b) Strategi Harga : memberikan harga yang murah dengan memperkecil tingkat keuntungan. c) Strategi promosi : memberikan diskon atau potongan harga pada saat pembukaan cabang baru dan menggunakan media online. d) Strategi tempat: menyediakan banyak cabang dibagian pusat kota di Kalimantan selatan. Untuk meningkatkan suatu perusahaan atau toko memang harus mempunyai banyak cara dan strategi agar bisa berkembang dengan baik dan selalu pada titik yang tumbuh berkembang. Strategi yang dilakukan Toko Hj Enong Bakery sudah sangat baik namun ada beberapa yang harus dikembangkan lagi seperti membuka cabang diluar daerah agar bisa lebih terkenal lagi bukan hanya didaerah Kalimantan Selatan dan sekitarnya saja.

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran, Volume Penjualan, Analisis SWOT, EFAS, IFAS, diagram cartesius, dan matrik SWOT

---

## ABSTRACT

*This research aims to analyze the marketing strategy at Hj. Enong Bakery in increasing sales volume. To find out the results of the analysis of strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats and a description of the strategy so that it can be applied to increase product sales by using SWOT, EFAS, and IFAS techniques and Cartesian diagrams. This research uses a qualitative method, which case study that produces descriptive data that is transferred in words. Data collection technique the researcher conducted a personal interview with HRD / Staffs, namely Mr. Hafizi by directly visiting the workplace at the Hj. Enong Bakery center shop, the researcher get a variety of complete information with sales data a few months ago. The conclusion from the analysis carried out on the marketing strategy of Hj. Enong Bakery Shop is that the company has carried out the marketing strategy properly, precisely and in the calculation of the SWOT analysis as outlined in the cartesian proderma diagram is in quadrant 1 that is Growth. Which companies can develop and maintain and improve product quality so that consumers continue to believe in their cake products. On the results of the SWOT analysis, strength has a result of 2.41, Weakness gets a result of 0.66, Opportunities get a result of 2.83, and Threat gets a result of 0.60. The conclusions of this research are a) Product Strategy: the strategy used by making various types of cakes. b) Price strategy: providing low prices by minimizing the level of profit. c) Promotion strategy: providing discounts or discounts when opening new outlets and using online media. d) Placement strategy: providing many outlets in the city center in South Kalimantan. To improve a company, it is better if the store necessity to have properly strategies. The strategy carried out by Hj Enong Bakery is already very good, but thkool*

**Keywords:** Marketing Strategy, Sales Volume, SWOT Analysis, EFAS, IFAS, Cartesian Diagram, and SWOT Matrix

## REFERENSI

- ENY KUSTIYAH & IRAWAN Jurnal “HUBUNGAN BAURAN PEMASARAN DENGAN VOLUME PENJUALAN DI PASAR MALAM NGARSOPURA SURAKARTA “ 22 Maret 2016  
<https://media.neliti.com/media/publications/115939-ID-hubungan-bauran-pemasaran-dengan-volume.pdf>
- Gumelar Ardiansyah 26 Desember 2019 [https://guruakuntansi.co.id/strategi-pemasaran/  
http://arnotblogspotvolumepenjualan.blogspot.com/2016/03/pengertian-volume-penjualan-menurut.html](https://guruakuntansi.co.id/strategi-pemasaran/http://arnotblogspotvolumepenjualan.blogspot.com/2016/03/pengertian-volume-penjualan-menurut.html) 26  
Maret 2016
- Irwan sahaja 23 Mei 2014 <https://irwansahaja.blogspot.com/2014/05/volume-tujuan-dan-faktor-yang.html>
- Sugi Priharto Agustus 2019 <https://cpssoft.com/blog/bisnis/pengertian-pemasaran-fungsi-dan-jenis-pemasaran-dalam-bisnis/>
- Tsalis Annisa 26 Juni 2020 <https://www.ekrut.com/media/jenis-strategi-pemasaran>