

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN PADA USAHA PRODUK KERAJINAN SASIRANGAN DI KANTAN SASIRANGAN BANJARMASIN

Alif Rafli¹, Maskur², Rina³

¹)Manajemen,61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB, NPM.19310152

²)Manajemen,61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB, NIK. 069003069

³)Manajemen,61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB, NIK. 061502740

Email:alifrafly5@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan saat ini pada usaha produk kerajinan Kantan Sasirangan dan strategi pemasaran yang seharusnya bisa meningkatkan omset penjualan pada produk kerajinan Kantan Sasirangan. Dengan menggunakan rancangan penelitian deskriptif kualitatif sehingga memberikan gambaran kondisi yang terjadi pada Usaha Produk Kerajinan Sasirangan Di Kantan Sasirangan Banjarmasin yang berkaitan dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan omset penjualan. Dengan teknik pengumpulan data metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data yang dilakukan dengan metode pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh penulis menunjukkan usaha Produk Kerajinan Sasirangan Di Kantan Sasirangan Banjarmasin telah menerapkan strategi *Different Marketing* dan strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix*) 4P yang terdiri dari *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat) dan *Promotion* (Promosi), meski sudah menerapkan dua jenis strategi pemasaran tersebut, namun strategi yang diterapkan masih belum maksimal. Strategi pemasaran yang seharusnya digunakan oleh usaha Produk Kerajinan Sasirangan Di Kantan Sasirangan Banjarmasin yaitu strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix*) 4P *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat) dan *Promotion* (Promosi), dalam hal ini strategi bauran pemasaran yang lebih dominan yaitu strategi *Product* (Produk), sehingga Kantan Sasirangan Banjarmasin perlu meningkatkan strategi bauran pemasaran *Price* (Harga), *Place* (Tempat) dan *Promotion* (Promosi) agar bisa maksimal dalam meningkatkan omset penjualan pada usaha Produk Kerajinan Sasirangan Di Kantan Sasirangan Banjarmasin.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, T., & Adriani. (2022). PEWARNAAN BATIK ZAT SINTETIS DI RUMAH BATIK PANDAN MANGURAI KOTA SUNGAI PENUH. *Jurnal Seni Rupa*, 174-177.
- Fajriyah, L. W. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Tahubaxo Ibu Pudji Ungaran Dalam Persepektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ungaran*, 70-92.
- Fauzi, A., Nisa, B., Napitupulu, D., Abdillah, F., Utama, A. A., Zonyfar, C., . . . Sumartiningsih, M. S. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN*. Purwokerto Selatan: CV. PENA PERSADA.
- Hamdi, M. M. (2021). STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN PADA PONDOK PESANTREN. *Jurnal Strategi Pemasaran Pendidikan Pada Pondok Pesantren*, 15-30.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Hikmah, N. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Usaha Kerupuk Udang Kuin Utara Banjarmasin. *Jurnal Uniska*, 1-15.
- Imaniar, N., Indrawan, A., & Nurmilah, R. (2020). PENGARUH PENJUALAN TERHADAP LABA KOTOR (Studi Kasus Pada Home Industry Kopi Karuhun). *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, 583-591.
- Indriati, I. H. (2021). Pengaruh Struktur Organisasi, Fasilitas Kerja dan Beban Kerja Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai BPR Chandra Muktiartha Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13-28.

- Maksudi, M. Y., Maksudi, A. M., Zabidi, I., Hendra, HR, I., & Suryono, D. W. (2021). Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Omzet Penjualan Produk Pakaian pada UMKM Inoy Daily Wear di Tasikmalaya. *Jurnal STEI Ekonomi*, 94-101.
- Mariana, Y. (2017). PEMBUATAN HIASAN TAS DENGAN TEKNIK BORDIR APLIKASI SERUNI TIGA DIMENSI DARI KAIN CHIFFON, ORGANDI DAN SATIN. *Jurnal Penelitian Busana dan Desain (JPBD)*, 51-58.
- Mariyudi. (2017). PERSPEKTIF LINGKUNGAN MAKRO DAN LINGKUNGAN MIKRO TERHADAP INOVASI DAN KINERJA PERKEMBANGAN USAHA UKM. *JURNAL EKONOMI DAN BISNIS*, 1-15.
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1-13.
- Nafisa, L. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN KUALITAS JASA JAHIT PAKAIAN PADA PERSAINGAN PASAR HOMOGEN. *Jurnal STIE Yadika*, 1-8.
- Pratiwi, R., & Latif, M. I. (2020). SHARIA MARKETING MIX TERHADAP MINAT MENGINAP KEMBALI DI HOTEL GRASIA SEMARANG. *Jurnal Magisma*, 28-33.
- Puspita, V., & Widyarini, M. N. (2018). ANALISIS RANCANGAN STRUKTUR ORGANISASI DEPARTEMEN ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT PADA DIVISI HUMAN CAPITAL DI PT. X. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 109-119.
- Putri, N. B., & Effendy, J. A. (2022). ANALISA PENGARUH PRODUCT, PRICE, PLACE, DAN PROMOTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN AYAM GORENG ECHO. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 576-588.
- Rudiawan, H. (2021). Peranan Manajemen Produksi dalam Menyelaraskan Kinerja Perusahaan. *JURNAL MANAJEMEN FE-UB*, 66-71.
- Rusdiana, H. (2014). *MANAJEMEN OPERASI*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV SAH MEDIA.
- Syafi'i, M. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Kain Sasirangan Pada Toko Irma Sasirangan. *Jurnal Uniska*, 1-20.
- Syamruddin. (2018). ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) DAN PROSPEK BISNIS PADA TOKO ONLINE "X". *JURNAL MADANI: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora*, 253-266.
- Syukran, M., Agustang, A., Idkhan, A. M., & Rifdan. (2022). KONSEP ORGANISASI DAN PENGORGANISASIAN DALAM PERWUJUDAN KEPENTINGAN MANUSIA. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, 95-103.
- Titisari, B., Kahdar, K., & Mutiaz, I. R. (2014). Pengembangan Teknik Jahit Celup (Tritik) dengan Pola Geometris. *J. Vis. Art & Des*, 130-142.
- Yolanda, F., & Dwiridhotjahjono, J. (2020). STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA ANTENNA HDF SURABAYA. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 231-239.
- Yuliana, B., & Widayati, I. A. (2018). Analisis Karakteristik Pemimpin Yang Dikagumi Oleh Bawahan. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi*, 208-217.
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Banjarmasin: DEEPUBLISH.