

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UMKM CAPPUCINO CINCAU ABUDE BANJARMASIN

ABSTRAK

Norlaila¹, Hairul², Periyadi³

¹Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari
Banjarmasin, 19310657

²Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari
Banjarmasin, 069908141

³Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari
Banjarmasin, 061604894

Email : norlaila2103@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui strategi pemasaran yang selama ini dilakukan oleh UMKM Cappucino Cincau Abude Banjarmasin. (2) mengetahui kendala yang dihadapi UMKM Cappucino Cincau Abude Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu studi kasus yang menghasilkan data-data deskriptif yang dituangkan dalam kata-kata. Teknik pengumpulan data adalah dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, kepustakaan dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi dalam meningkatkan omzet penjualan cappuccino cincau abude yaitu dengan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P sudah diterapkan pada UMKM Cappucino Cincau Abude meskipun belum sepenuhnya. Usaha ini melakukan inovasi pada kemasan produk yaitu menambahkan icon beserta tulisan Abude Group pada cup nya, kemudian juga mengubah tutup cup yang tadi nya menggunakan tutup cup biasa, sekarang dengan menggunakan mesin cup sealer, dan juga menambahkan kegiatan promosi dalam rangka 10th Abude. Adapun kendala yang dihadapi UMKM Cappuccino Cincau Abude yaitu mengenai tidak habis nya bahan mentah seperti es batu ketika musim huajn tiba, dan masih kurang aktifnya media sosial yang dimiliki oleh Cappucino Cincau Abude.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Penjualan

ABSTRACT

This study aims to (1) find out the marketing strategy that has been carried out by MSMEs Cappucino Cincau Abude Banjarmasin. (2) knowing the obstacles faced by MSMEs Cappucino Cincau Abude Banjarmasin.

This research uses qualitative methods, namely case studies that produce descriptive data expressed in words. Data collection techniques are by using observation, interview, literature and documentation techniques.

The results of this study show that the strategy in increasing the sales turnover of cappuccino jelly abude, namely with the 7P marketing mix strategy, has been applied to MSMEs

Cappucino Cincau Abude, although not completely. This effort innovates on product packaging, namely adding icons with the words Abude Group on the cup, then also changing the cup lid that used to use ordinary cup lids, now using cup sealer machines, and also adding promotional activities in the framework of the 10th Abude. The obstacles faced by Cappuccino Cincau Abude MSMEs are about the inexhaustion of raw materials such as ice cubes when the huajn season arrives, and the lack of active social media owned by Cappucino Cincau Abude.

Keywords : Marketing Strategy, Sales

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. d. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Aida, N. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Raihan Studio di Martapura.
- Aminah. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Saat Pandemi Covid-19 Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Lotte Grosir Banjarmasin.
- Banjarhanor, A. R., Purba, B., Sudarso, A., & dkk. (2021). *MANAJEMEN KOMUNIKASI PEMASARAN*. Jakarta: Penerbit Yayasan Kita Menulis.
- Hikmawan, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus pada Toko AGS Kuningan). *Change Think Journal, Volume 1 Nomor 1* , Pages 50 – 59.
- Kumalasari, N. R. (2020). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK DI TOKO ISMART DAN INDOMARET PONOROGO. 17.
- Napitupulu, S., Tapiomas, N., & Tobink, R. (2010). *Manajemen Pemasaran, Pendekatan Praktis Dengan Teori-Teori Para Ahli*. Jakarta: PT. Atalya Rileni Sudeco.
- Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). *Kompetensi Teknik*.
- Rahmawati, H. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Toko Dylan Sembako Pada UD. BERKAT SEKAWAN.
- Sa'diyah, H., & Oktafia, R. (2021, December). Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Omset Penjualan UMKM Kerajinan Kopyah. *Malia: Jurnal Ekonomi Islam, Volume 13 Number 1*, Pages 107-122.
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Banjarmasin: DEEPUBLISH.

Yulianti, M. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Industri Rumah Tangga Telur Asin Kawasan Rumah Pangan Lestari Sri Rejeki Banjarmasin.

Yuliasari, D. (2014). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Yamaha Sudirman Motor Temanggung. *Universitas Negeri Yogyakarta*.