

# ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN BUKET BUNGA PADA TOKO BUNGA NAJAT CRAFTS DI BANJARBARU

Etin Unsita Ansih<sup>1</sup>, Farida Yulianti<sup>2</sup>, Syahrani<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Manajemen, 61201, FEKON, UNISKA MAB Banjarmasin, 19310419

<sup>2</sup>Manajemen, 61201, FEKON, UNISKA MAB Banjarmasin, 1121076901

<sup>3</sup>Manajemen, 61201, FEKON, UNISKA MAB Banjarmasin, 1125097401

E-mail :etinunsitaa@gmail.com

## ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk : (1). Untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan buket bunga Najat Crafts Banjarbaru yang selama ini. (2). Untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan buket bunga Najat Crafts Banjarbaru yang seharusnya. Rancangan penelitian ini adalah penelitian Deskriptif Kualitatif dan merupakan penelitian teknik analisa dengan membandingkan dari data yang diperoleh diperusahaan yang merupakan objek penelitian dengan teori-teori pemasaran yang relevan dengan masalah yang dibahas. Hasil penelitian menunjukkan 1) Strategi pemasaran yang digunakan oleh Najat Crafts sudah efektif hanya saja ada beberapa yang harus dibenahi dan ditambahkan ke dalamnya yang terdiri dari produk, promosi, harga dan lokasi. efektif apabila hanya menggunakan sosial media saja. 2) Sebaiknya Manajemen usaha Najat Crafts juga menggunakan langkah pokok inti pemasaran menggunakan bauran pemasaran 7P yaitu: Product ( Produk memiliki ciri khas pembuatan sendiri dengan Logo usaha yang terpercaya ), Price (Harga sesuai dengan pangsa pasar), Place (Pemasarannya jelas dengan adanya toko dan memiliki pelanggan tetap), Promotion (media internet yakni whatsapp, instagram, dan shopee ), People (Memiliki hanya satu karyawan dan selalu menggunakan teknik 3S kepada pelanggannya yaitu Salam, Sapa, dan Senyum), Process (Proses pembuatan buket dilakukan sesuai pesanan pelanggan, dan untuk menyelesaikannya, mengutamakan pelanggan yang lebih dulu memesan sesuai tanggal pengambilan) dan Physical Evidence (Penataan ruang Najat Crafts berciri khas yaitu memiliki dinding berwarna hijau dan putih, yang memiliki kesan sejuk dan damai).*

**Kata Kunci :** Strategi Pemasaran; Penjualan

## REFERENSI

- Azharie, kikit (2015).Teknik Analisis Data Kualitatif. Jakarta: Majo Plaza. Teriwut, Meilani (2014).Teknik Pengumpulan Data dan Metode Penelitian. Jakarta : media Indonesia.
- Susanti, Melika (2017). Pengertian Bucket Flower.melikasusantiwordpress.com. Admin.(2016). Pengertian Strategi. Jakarta:bakai,uma.
- J Stanton, Wiliam (2018). Pengertian pemasaran menurut ahli. Jakarta : Kompas. Crewdible. (2022). Bisnis Owner : Pengertian, Tugas dan Tanggung Jawabnya. Universitas Medan Area. (2022). Tugas dan Tanggung Jawab Store Manager.Medan : Bakai.
- PT Global Sukses Solusi Tbk.(2022) Proses Produksi : Definisi, Tujuan, jenis dan tahapannya. Yogyakarta : runsystem.
- Said, Nur Jamal. (2022). Tenaga kerja : Pengertian, Jenis, dan Contohnya. Jakarta PT. Kompas Cyber Media
- Ditanme, Stefani. (2022). Pengertian Kerangka Pemikiran Cara membuat beserta contohnya. Jawa Barat : Detikjabar.
- Zianggi. (2021). Strategi Pemasaran: Pengertian, Fungsi, Tujuan, dan Contohnya. Banjar : Gramedia.
- Revit,Tiffany. (2022). Bauran Pemasaran: Pengertian, Strategi dan Contoh Penerapannya. Jakarta Selatan : DailySocial.
- Choirul, Muhammad Anwar. (2022). Apa itu diskon?Pahami Pengertian, Jenis – jenis dan Contohnya. Jakarta : Kompas.com.

- Riadi, Muchlisin. (2020). Lokasi usaha (Pengertian, Tujuan, Jenis, Aspek dan Faktor pemilihan). Banten : kajianpustaka.com. Aini, Alisatul. (2023). Promosi : Pengertian, Manfaat, Fungsi, Tujuan dan Strateginya. Kepulauan Riau : glints.com.
- Timomor, Rachmi Arin. (2023). Cara menentukan lokasi usaha yang strategis Dengan mudah. Jakarta : rumah123.com.
- Assauri, Sofian. (2013). Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers Alma, Buchari. (2014). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : CV Alfabeta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2016). Prinsip – prinsip Pemasaran. Jakarta : Erlangga.
- Kotle, Philip dan Gary Amstrong. (2014). Prinsip Pemasaran. Edisi Kelima belas. Erlangga. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empat Malau, Herman. (2017). Manajemen Pemasaran. Alfabeta, Bandung.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran. CV. Sah Media Sudarsono, H. (2020). Buku Ajar : Manajemen Pemasaran. CV Pustaka Abadi.
- Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. Yogyakarta : Andi.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : PT. Alfabet