

# **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN PENGEMBANGAN INDUSTRI TERHADAP KERAJINAN TANGAN BERBAHAN BESI DITINJAU PERSPEKTIF PEMASARAN ISLAM (Studi Kasus Di Desa Penggandingan Kecamatan Daha Utara Kabupaten Hulu Sungai Selatan Provinsi Kalimantan Selatan)**

Lukman<sup>1</sup>, Akhmad Hulaify<sup>2</sup>, Zakiyah<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Ekonomi Syari'ah, 60202, Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari  
Banjarmasin  
19510174

<sup>2</sup>Ekonomi Syari'ah, 60202, Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari  
Banjarmasin  
061004338

<sup>3</sup>Ekonomi Syari'ah, 60202, Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari  
Banjarmasin  
061310672

**lukmanbreaker@gmail.com**

## **ABSTRAK**

Usaha kerajinan tangan berbahan besi merupakan badan usaha swasta yang memproduksi alat-alat besi. Wirausahawan yang ahli dalam menangani pekerjaan dan telah membuktikan dirinya mampu dan diakui sebagai ahli di bidangnya. Keahlian industri besi yang pertama kali membuat perkakas seperti Tentengan piring dan Tentengan cangkir. Rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu Bagaimana strategi pemasaran dan pengembangan industri kerajinan tangan berbahan besi di desa Penggandingan Kecamatan Daha Utara. Bagaimana strategi pemasaran dan pengembangan industri kerajinan tangan berbahan besi ditinjau dari perspektif pemasaran islam. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui pemasaran dan pengembangan industri terhadap kerajinan tangan berbahan besi di desa Penggandingan Kecamatan Daha Utara dan untuk mengetahui faktor penghambat industri kerajinan tangan berbahan besi di desa Penggandingan Kecamatan Daha Utara. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, yakni penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif, metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian yang ditemukan yaitu Strategi pemasaran yang dilakukan para pelaku industri kerajinan tangan berbahan besi dalam melakukan peningkatan penjualan barang hasil produksinya dilakukan dengan penetrasi pasar melalui promosi dan distribusi secara aktif. Strategi pemasaran dan pengembangan industri kerajinan tangan berbahan besi yang dilakukan oleh CV. Permata Jaya ditinjau dari perspektif pemasaran islam yaitu menggunakan akad tukar dan jual dalam bertransaksi serta menerapkan sifat amanah (jujur) dan tabligh (menyampaikan) kepada pelanggan misal ada cacat produk yang beliau jual.

**Kata Kunci:** *Strategi Pemasaran, Pengembangan Industri, Kerajinan Tangan berbahan Besi*

---

## **ABSTRACT**

*Iron Handicraft business is a private business entity that produces iron tools. Entrepreneurs who are experts in handling work and have proven themselves capable and recognized as experts in their field. The expertise of iron industry was the first to make utensils such as plate tents and cup tents. The formulation of the problem in this research, namely How is the marketing strategy and development of the iron handicraft industry in Penggandingan village, North Daha District. How the marketing strategy and development of the handicraft industry made of iron is viewed from the perspective of Islamic marketing. The purpose of this study is to determine the marketing and industrial development of iron handicrafts in Penggandingan village, North Daha District, and to determine the inhibiting factors of the iron handicraft industry in Penggandingan village, North Daha District. This research uses qualitative research, namely research on descriptive research, data collection methods through observation, interviews, and documentation. The results of the research found are marketing strategies carried out by handicraft industry players made of iron in increasing sales of goods produced by*

*market penetration through active promotion and distribution. Marketing strategy and development of the iron handicraft industry carried out by CV. Permata Jaya is viewed from the perspective of Islamic marketing, namely using exchange and selling contracts in transactions and applying the nature of amanah (honesty) and tabligh (conveying) to customers, for example, there are defects in the products he sells.*

**Keywords:** *Marketing Strategy, Industrial Development, Iron Handicraft*

## REFERENSI

- Dari website, <https://www.beritabanjarmasin.com/2022/05/sejarah-pengolahan-logam-di-nagara-hulu.html> (diakses tanggal 15 februari 2023)
- Muhibbuloh, Wawancara, Getap Barat, 20 Oktober 2019
- Zulfan As'Adi, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha Mikro Pandai Besi Di Kecamatan Rumbio Jaya Kabupaten Kampar*, Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau, 2020, 4
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung, Alfabeta, 2018), 125.
- Nur Indriantoro, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, (Yogyakarta: BPF, 1999), hal. 147
- Burhan Bungin, *metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), hal.128.
- Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, ( Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), 330.
- Murtafiah, *Pendayagunaan Dana Zakat, Infak Dan Sedekah Untuk Program Kesehatan*, (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, kualitatif dan R&D*, (Bandung, Alfabet, 2016), 247.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, kualitatif dan R&D*, (Bandung, Alfabet, 2016), 249.