

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM USAHA
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA RIZQINA
SASIRANGAN BANJARMASIN**

ABSTRAK

Rianty¹, Lamsah², Ervica Zamilah³

¹ Prodi Manajemen,61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB.NPM.16310515

² Prodi Manajemen,61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB.NIK. 068805034

³ Prodi Manajemen,61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB.NIK.061510810

Email:antiriri54@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis Strategi Pemasaran dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Pada Rizqina Sasirangan Banjarmasin.

Penelitian ini dilakukan pada Rizqina Sasirangan Banjarmasin beralamat di jalan HKSJ No.03 RT 10 Alalak Utara Banjarmasin Jenis dan Sumber Data ini adalah Data Primer dan Data Sekunder

Hasil Penelitian ini bahwa kondisi penjualan *Sasirangan* mengalami penurunan. Salah satu faktor penyebab dari penurunan ini antara lain produksi kain sasirangan kalah bersaing dengan produksi kain modern dan minat masyarakat lebih tertarik kepada kain dan busana modern, harga yang ditawarkan relatif mahal diperparah dengan adanya persaingan antara pengrajin dan penjual kain sasirangan, gerai, outlet, toko. Promosi kain sasirangan sangat minim juga kalah bersaing dengan penjual kain modern. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Pada Rizqina Sasirangan Banjarmasin dapat dilaksanakan melalui 4 bauran pemasaran yaitu strategi produk dengan meningkatkan kualitas produk, merancang harga agar dapat terjangkau oleh pelanggan dan menguntungkan bagi Rizqina Sasirangan, distribusi atau tempat dapat dilakukan dengan lebih mendesain lokasi atau tempat menjadi lebih menarik dan lebih dikenali, kegiatan promosi yang dilaksanakan dengan metode periklanan, personall selling, promosi penjualan dan publisitas.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Volume Penjualan

ABSTRACT

This study aims to determine the Analysis of Marketing Strategies in an Effort to Increase Sales Volume in Rizqina Sasirangan Banjarmasin.

This research was conducted at Rizqina Sasirangan Banjarmasin located at Jalan HKSJ No. 03 RT 10 Alalak Utara Banjarmasin Types and Sources of Data These are Primary Data and Secondary Data

The results of this study indicate that Sasirangan sales conditions have decreased. One of the factors causing this decline was the production of Sasirangan fabrics which were unable to compete with the production of modern fabrics and the interest of the people who were more attracted to modern fabrics and clothing. The price offered was relatively expensive, compounded by the competition between Sasas craftsmen and sellers, outlets, outlets, shops . Sasirangan fabric promotion is very minimal and also unable to compete with modern fabric sellers. Marketing Strategy Analysis in an Effort to Increase Sales Volume at Rizqina Sasirangan Banjarmasin can be carried out through 4 marketing mixes, namely product strategy by improving product quality, designing prices to be affordable by customers and profitable for Rizqina Sasirangan, distribution or place can be done by better designing the location or place to be more attractive and more recognizable, promotional activities carried out by advertising methods, personall selling, sales promotion and publicity.

Keywords: Marketing Strategy, Sales Volume

PENDAHULUAN

Kain Sasirangan adalah kain adat suku Banjar di Kalimantan Selatan. Di awal kemunculannya, kain Sasirangan mempunyai bentuk dan fungsi yang cukup sederhana, seperti ikat kepala (laung), sabuk dan tapih bumi (kain sarung) untuk lelaki, selendang, udut (kemben), dan kakamban (kerudung)

untuk perempuan. Dengan berkembangnya zaman, kain ini juga digunakan sebagai pakaian adat yang dipakai oleh kalangan rakyat biasa ataupun keturunan bangsawan saat mengikuti upacara-upacara adat. Namun perkembangan zaman juga yang mengubah fungsi Kain Sasirangan dalam masyarakat Kalimantan Selatan. Nilai-nilai sakral yang terkandung di

dalamnya seolah-olah ikut memudar tergerus arus globalisasi mode. Globalisasi menjadikan kain ini tidak hanya mengalami proses desakralisasi sehingga kemudian berubah menjadi pakaian sehari-hari.

Melihat peluang bisnis di bidang kain tradisional maka didirikanlah Rizqina Sasirangan Banjarmasin sebagai salah satu perusahaan *home industri* yang mengolah kain sasirangan secara tradisional di kota Banjarmasin Provinsi Kalimantan Selatan yang beralamat di Jalan Hksn No.3 Rt.10, Alalak Utara, Kec Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan 70123

Pasca produksi tentunya yang harus dilakukan adalah pemasaran. Kegiatan pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh Rizqina Sasirangan Banjarmasin untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, berkembang dan mendapatkan laba. Manajemen perusahaan Rizqina Sasirangan Banjarmasin berusaha memantapkan posisi pasar bagi produk yang dihasilkan serta meningkatkan kemampuan dalam hal bersaing dengan perusahaan lainnya. Memantapkan posisi pasar serta kemampuan bersaing dalam dunia usaha, maka perusahaan harus dapat menafsirkan keinginan dan memenuhi kebutuhan konsumen yang dikombinasikan dengan data pasar, seperti lokasi konsumen, jumlah maupun kesukaan konsumen.

Selama ini volume penjualan kain sasirangan produksi Rizqina Sasirangan Banjarmasin dalam beberapa mengalami penurunan. Bila tiap tahun selalu menurun tingkat penjualan sedangkan produksi sasirangan tetap dilakukan maka bisa menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Untuk lebih jelasnya mengenai penurunan volume penjualan kain sasirangan produksi Rizqina Sasirangan Banjarmasin selama tahun 2016 s/d 2019 adalah sebagai berikut : bahwa persentase penjualan pada tahun 2016 mencapai 74,91%, kemudian pada tahun 2017 persentase penjualannya naik menjadi 94,40%, pada tahun 2018 persentase penjualannya turun 71,33 dan

pada tahun 2019 persentase penjualannya turun kembali menjadi 67,11%.

Penyebab penurunan volume penjualan kain sasirangan produksi Rizqina Sasirangan Banjarmasin, antara lain :

- 1) Produksi kain sasirangan kalah bersaing dengan produksi kain modern dan minat masyarakat lebih tertarik kepada kain dan busana modern. Selain itu pengrajin dan penjual kain sasirangan semakin hari terus menjamur.
- 2) Harga yang ditawarkan pada umumnya relatif mahal diperparah dengan adanya persaingan harga antara pengrajin dan penjual kain sasirangan, gerai, outlet, toko-toko sasirangan. Harga bahan baku selalu saja meningkat dan upah karyawan juga selalu meningkat sehingga perusahaan harus meningkatkan target penjualan agar kondisi keuangan stabil dan keuangan akan meningkat jika target penjualan tercapai.
- 3) Promosi kain sasirangan juga sangat minim dan kalah bersaing dengan sesama penjual kain sasirangan dan juga penjual kain atau busana modern yang lebih diminati masyarakat pada umumnya. Opini masyarakat bahwa pakaian sasirangan lebih sering dipakai secara formal daripada dijadikan pakaian sehari-hari
- 4) Distribusi atau tempat usaha bukan berada di pusat perbelanjaan atau pusat bisnis kota Banjarmasin yakni berada di wilayah pemukiman sehingga perlu kerja keras memperkenalkan lokasi Rizqina Sasirangan.

Bauran pemasaran merupakan dasar yang penting dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menetapkan kebijakan pemasaran perusahaan. Hal ini dapat dipahami karena perilaku konsumen berubah sangat cepat akibat pengaruh pasar dan meningkatnya persaingan global sehingga memaksa banyak

perusahaan untuk menetapkan strategi baru guna memperoleh keunggulan persaingan. Untuk itu manajemen perusahaan berusaha dengan segenap kemampuannya menetapkan strategi pemasaran guna memenangkan persaingan, baik melalui pemberian informasi maupun meningkatkan pelayanan kepada masyarakat luas, sehingga volume penjualan

produk dapat meningkat sebagaimana yang diharapkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada Rizqina Sasirangan Banjarmasin beralamat di jalan HKSJ No.03 RT 10 Alalak Utara Banjarmasin. Jenis dan Sumber Data Data Primer dan Data Sekunder

ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN PADA RIZQINA SASIRANGAN BANJARMASIN

- 1) Pertanyaan seputar produk sasirangan Rizqina Sasirangan

Tabel 1 Pendapat responden mengenai keluhan atas produk Rizqina Sasirangan

Pertanyaan	Jawaban Responden	Frekuensi Jawaban	(%)
Apakah anda memiliki keluhan atas produk Rizqina Sasirangan Banjarmasin	Ya	82	84,54
	Tidak	15	15,46
	Jumlah	97	100,00

Sumber : data diolah

Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dijelaskan bahwa sebanyak 82 orang atau 84,54% pelanggan memberikan jawaban : ya dan sebanyak 15 orang atau 15,46% pelanggan memberikan jawaban tidak, atas pertanyaan apakah anda memiliki keluhan atas produk Rizqina Sasirangan Banjarmasin

Tabel 2 Pendapat responden mengenai keinginan pelanggan untuk berpindah ke produk sasirangan lain

Pertanyaan	Jawaban Responden	Frekuensi Jawaban	(%)
Apakah ada keinginan anda untuk berpindah ke produk sasirangan lain	Ya	78	80,41
	Tidak	19	19,59
	Jumlah	97	100

Sumber : data diolah

Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dijelaskan bahwa sebanyak 78 orang atau 80,41% pelanggan memberikan jawaban : ya dan sebanyak 19 orang atau 19,59% pelanggan memberikan jawaban tidak, atas pertanyaan apakah ada keinginan anda untuk berpindah ke produk sasirangan lain

- 2) Pertanyaan seputar harga jual

Tabel 3 Pendapat responden mengenai harga sasirangan Rizqina

Pertanyaan	Jawaban Responden	Frekuensi Jawaban	(%)
Apakah harga yang diterapkan Rizqina Sasirangan Banjarmasin anda anggap mahal	Ya	70	72,16
	tidak	27	27,84
	Jumlah	97	100,00

Sumber : data diolah

Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dijelaskan bahwa sebanyak 70 orang atau 72,16% pelanggan memberikan jawaban : ya dan sebanyak 27 orang atau 27,84% pelanggan memberikan jawaban tidak, atas pertanyaan apakah harga yang diterapkan Sasirangan anda dianggap mahal.

Tabel 4. Pendapat responden mengenai harga dan kualitas Sasirangan Produksi Rizqina Sasirangan

Pertanyaan	Jawaban Responden	Frekuensi Jawaban	(%)
Apakah harga yang anda bayar sesuai dengan kualitas Sasirangan Produksi Rizqina	Ya	22	22,68
	Tidak	75	72,32
	Jumlah	97	100,00

Sumber : data diolah

Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dijelaskan bahwa sebanyak 22 orang atau 22,68% pelanggan memberikan jawaban : ya dan sebanyak 75 orang atau 72,32% pelanggan memberikan jawaban tidak, atas pertanyaan apakah harga yang anda bayar sesuai dengan kualitas Sasirangan Produksi Rizqina.

- 3) Promosi jawaban tidak, atas pertanyaan apakah lokasi usaha Rizqina Sasirangan Banjarmasin mudah ditemukan.
- bahwa sebanyak 95 orang atau 97,94% pelanggan memberikan jawaban : ya dan sebanyak 2 orang atau 2,06% pelanggan memberikan jawaban tidak, atas pertanyaan apakah Rizqina Sasirangan Banjarmasin pernah memberikan promosi secara langsung kepada anda

bahwa sebanyak 48 orang atau 49,48% pelanggan memberikan jawaban : ya dan sebanyak 49 orang atau 50,52% pelanggan memberikan jawaban tidak, atas pertanyaan apakah anda tertarik dengan produk sasirangan Rizqina setelah adanya promosi.

- 4) Tempat (distribusi)

bahwa sebanyak 37 orang atau 38,14% pelanggan memberikan jawaban : ya dan sebanyak 60 orang atau 61,86% pelanggan memberikan jawaban tidak, atas pertanyaan apakah lokasi usaha Rizqina Sasirangan Banjarmasin merupakan tempat yang strategis.

bahwa sebanyak 42 orang atau 43,30% pelanggan memberikan jawaban : ya dan sebanyak 55 orang atau 56,70% pelanggan memberikan

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Rizqina Sasirangan Banjarmasin adalah salah satu home industri sasirangan yang berani bersaing dengan perusahaan lain untuk mencapai target pasar. Dalam menghadapi persaingan tersebut Rizqina Sasirangan Banjarmasin menggunakan strategi pemasaran yang mencakup perkembangan produk, penetapan harga, pelaksanaan promosi serta pendistribusian barang yang tepat, maka kesulitan-kesulitan yang dihadapi perusahaan diharapkan akan dapat teratasi.

Kegiatan pemasaran sering diartikan sebagai kegiatan dalam memasarkan suatu produk atau jasa yang diperjualbelikan oleh perusahaan dan ditujukan kepada para konsumen. Namun jika dari makna sebenarnya pemasaran bukan hanya sekedar menjual produk saja, akan tetapi pemasaran juga memiliki aktivitas penting dalam menganalisis dan mengevaluasi segala kebutuhan dan keinginan para konsumen. Secara umum, pengertian pemasaran adalah kegiatan pemasar untuk menjalankan bisnis guna memenuhi kebutuhan pasar dengan barang atau jasa,

menetapkan harga, mendistribusikan, serta mempromosikannya melalui proses pertukaran

agar memuaskan konsumen dan mencapai tujuan perusahaan

Tabel 5 Rekapitulasi Hasil Kuesioner

No	Keterangan	ya	Tidak	Jumlah
1.	Produk			
a.	Apakah anda memiliki keluhan atas produk Rizqina Sasirangan	82	15	97
		84,54	15,46	100
b.	Apakah ada keinginan anda untuk berpindah ke produk sasirangan lain	78	19	97
		80,41	19,59	100,00
2.	Harga (tarif)			
a.	Apakah harga yang diterapkan Rizqina Sasirangan Banjarmasin anda anggap mahal	70	27	97
		72,16	27,84	100
b.	Apakah harga yang anda bayar sesuai dengan kualitas Sasirangan Produksi Rizqina	22	75	97
		22,68	72,32	100
3.	Promosi			
a.	Apakah Rizqina Sasirangan Banjarmasin pernah memberikan promosi secara langsung kepada anda	95	2	97
		97,94	2,06	100
b.	Apakah anda tertarik dengan produk sasirangan Rizqina setelah adanya promosi.	48	49	97
		49,48	50,52	100
4.	Tempat (distribusi)			
a.	Apakah lokasi usaha Rizqina Sasirangan Banjarmasin merupakan tempat yang strategis	37	60	97
		38,14	61,86	100
b.	Apakah lokasi usaha Rizqina Sasirangan Banjarmasin mudah ditemukan.	42	55	97
		43,30	56,70	100

Sumber : data diolah

Sumber : data diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa :

- 1) Apakah anda memiliki keluhan atas produk *Sasirangan* , jawaban terbanyak adalah : ya sebanyak 84,54% dan ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan memang memiliki keluhan atas produk Rizqina Sasirangan
- 2) Apakah ada keinginan anda untuk berpindah ke produk sasirangan lain, jawaban terbanyak adalah : ya yaitu sebanyak 80,41% pelanggan, hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pelanggan berkeinginan untuk pindah dan memakai produk sasirangan lain.
- 3) Apakah harga yang diterapkan Rizqina Sasirangan Banjarmasin

anda anggap mahal, jawaban terbanyak adalah ya sebanyak 72,16% yang menandakan sebagian besar pelanggan menganggap harga Sasirangan tergolong mahal.

- 4) Apakah harga yang anda bayar sesuai dengan kualitas Sasirangan Produksi Rizqina, jawaban terbanyak adalah tidak sebanyak 72,32% yang menandakan sebagian besar pelanggan menganggap harga Sasirangan mahal namun tidak sesuai dengan kualitas sasirangan.
- 5) Apakah Rizqina Sasirangan Banjarmasin pernah memberikan promosi secara langsung kepada anda, jawaban terbanyak adalah : ya yaitu sebanyak 97,94% atau 95 orang pelanggan pernah menerima promosi

secara langsung dari Rizqina Sasirangan

- 6) Apakah anda tertarik dengan produk sasirangan Rizqina setelah adanya promosi jawaban terbanyak adalah : tidak yaitu sebanyak 50,52% yang menandakan sebagian besar pelanggan kurang tertarik dengan promosi yang dilakukan
- 7) Apakah lokasi usaha Rizqina Sasirangan Banjarmasin merupakan tempat yang strategis, jawaban terbanyak adalah : tidak yaitu sebanyak 61,86% yang menandakan tempat usaha atau lokasi usaha dianggap kurang strategis bagi pelanggan
- 8) Apakah lokasi usaha Rizqina Sasirangan Banjarmasin mudah ditemukan jawaban terbanyak adalah tidak yaitu sebanyak 56,70% yang menandakan tempat usaha atau lokasi usaha dianggap sulit ditemukan oleh sebagian pelanggan.

Beberapa prediksi tersebut, untuk kemampuan strategi pemasaran dan usaha meningkatkan daya saing penjualan Sasirangan produksi Rizqina Sasirangan Banjarmasin maka berikut ini penulis kemukakan beberapa dari strategi pemasaran melalui bauran pemasaran yaitu :

1) Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan, atau dikonsumsi, sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Strategi produk dalam hal ini adalah menetapkan cara dan penyedia produk sasirangan yang tepat bagi pasar yang dituju, sehingga dapat memuaskan para konsumennya dan sekaligus dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang, melalui peningkatan

penjualan dan peningkatan share pasar.

Rizqina Sasirangan Banjarmasin dalam menghadapi persaingan harus memasarkan produk sasirangan dengan menerapkan bauran pemasaran sesuai dengan program perusahaan. Namun, sayangnya dalam proses pemasaran produk sasirangan sering muncul kendala antara lain tingginya persaingan sehingga sering mempengaruhi kepercayaan pelanggan dan sewaktu-waktu para pelanggan dapat beralih ke produk sasirangan lain

Berdasarkan hasil kuesioner mengenai produk terdapat pertanyaan apakah anda memiliki keluhan atas produk *Sasirangan* , jawaban terbanyak adalah : ya sebanyak 84,54% dan apakah ada keinginan anda untuk berpindah ke produk sasirangan lain, jawaban terbanyak adalah : ya yaitu sebanyak 80,41% . Mengindikasikan bahwa masih ada keluhan-keluhan pelanggan mengenai produk *sasirangan*.

Solusi yang dapat dilakukan untuk lebih meningkatkan daya jual Sasirangan antara lain :

- (1) Meningkatkan kualitas produk
- (2) Membenahi sistem pelayanan

2) Harga

yang mempengaruhi dalam penetapan harga sasirangan adalah harga produk sejenis yang dijual oleh pesaing Indikator-indikator yang mencirikan harga yaitu:

- (1) Keterjangkauan harga
- (2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- (3) Daya saing harga
- (4) Kesesuaian harga dengan manfaat produksi.
- (5) Harga mempengaruhi daya beli konsumen.

- (6) Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan.

Berdasarkan hasil kuesioner mengenai harga terdapat pertanyaan apakah harga yang diterapkan Rizqina Sasirangan Banjarmasin anda anggap mahal, jawaban terbanyak adalah ya sebanyak 72,16%. Apakah harga yang anda bayar sesuai dengan kualitas Sasirangan Produksi Rizqina, jawaban terbanyak adalah tidak sebanyak 72,32% yang mengindikasikan bahwa harga sasirangannya masih dianggap mahal dan harga tidak sesuai kualitas

3) Promosi

Dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi adalah bentuk-bentuk komunikasi yang digunakan perusahaan untuk memberikan informasi tentang adanya suatu produk beserta kelebihan atau manfaatnya. Kemudian membujuk, mempengaruhi, dan meyakinkan konsumen agar mau membeli dan menggunakan produk tersebut serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang produk atau jasa yang ditawarkan sehingga akan meningkatkan volume penjualan barang.

Berdasarkan hasil kuesioner mengenai promosi terdapat pertanyaan apakah Rizqina Sasirangan Banjarmasin pernah memberikan promosi secara langsung kepada anda, jawaban terbanyak adalah : ya yaitu sebanyak 97,94%. Apakah anda tertarik dengan produk sasirangan Rizqina setelah adanya promosi jawaban terbanyak adalah : tidak yaitu sebanyak 50,52% . Hal ini mengindikasikan bahwa Rizqina Sasirangan Banjarmasin pernah melakukan promosi kepada mereka

namun sebagian besar kurang menarik perhatian.

Secara global solusi promosi untuk Rizqina Sasirangan Banjarmasin antara lain :

- (1) Promosi ke perguruan-perguruan tinggi karena minat para mahasiswa terhadap Sasirangan sangat tinggi. Sebagian besar mahasiswa selalu mempergunakan Sasirangan untuk keperluan acara-acara kemahasiswaan. Rizqina Sasirangan Banjarmasin dapat mempromosikan *Sasirangan* kepada perguruan-perguruan tinggi dengan segala keunggulan dan kemudahan. Rizqina Sasirangan Banjarmasin dapat memberikan diskon khusus buat mahasiswa dan dosen. *Marketing* juga dapat menjalin kerjasama dengan pihak kampus dengan bersedia menjadi sponsor bila ada kegiatan di lingkungan kampus.
- (2) Promosi secara langsung ke instansi pemerintahan secara khusus dengan memberikan diskon, bonus cinderamata dan lain-lain. Instansi pemerintah adalah pasar yang paling potensial karena sebagian kegiatan pemerintah ada waktu-waktu tertentu mempergunakan pakaian sasirangan. *Marketing* dapat memberikan penawaran-penawaran kerjasama selain pemberian diskon juga memberikan penawaran sponsor untuk kegiatan di lingkungan pemerintahan.
- (3) Pemasaran jarak jauh (*telemarketing*) yang menggunakan telepon sebagai alat promosi untuk menjual secara langsung kepada konsumen, telah menjadi metode

pemasaran langsung yang penting. Pemasaran melalui telepon kini menyumbang lebih dari 38 persen dari semua pengeluaran media pemasaran langsung. Para pemasar menggunakan pemasaran telepon keluar (outbond telephone marketing) untuk menjual secara langsung kepada konsumen dan bisnis. Banyak konsumen menghargai banyak tawaran yang mereka terima melalui telepon. Pemasaran jarak jauh yang didesain dan dibidikkan dengan semestinya, memberikan banyak manfaat, yang meliputi kenyamanan pembelian dan peningkatan informasi produk dan jasa.

- (4) Rizqina Sasirangan Banjarmasin Banjarmasin juga dapat bisa berpartisipasi dalam kegiatan kemasyarakatan dengan melakukan bakti sosial seperti membantu pengecatan gapura di gang-gang, membantu pengecatan sekolah, membantu pengurukan jalanan berlobang sehingga tercipta publisitas yang baik bagi Rizqina Sasirangan Banjarmasin Banjarmasin .

4) Tempat (Distribusi)

Penyaluran produk sasirangan hasil produksi Rizqina Sasirangan Banjarmasin merupakan kegiatan penyampaian produk sasirangan sampai ke tangan si pemakai atau konsumen pada waktu yang tepat. Oleh karena itu, kebijakan penyaluran merupakan penentuan saluran pemasaran dan distribusi fisik. Kedua faktor ini mempunyai hubungan yang sangat erat dalam keberhasilan penyaluran dan sekaligus keberhasilan pemasaran produk perusahaan. Efektivitas penggunaan saluran distribusi

diperlukan untuk menjamin tersedianya produk di setiap mata rantai saluran tersebut.

Berdasarkan hasil kuesioner mengenai tempat (distribusi) dengan pertanyaan apakah lokasi usaha Rizqina Sasirangan Banjarmasin merupakan tempat yang strategis, jawaban terbanyak adalah : tidak yaitu sebanyak 61,86% . Apakah lokasi usaha Rizqina Sasirangan Banjarmasin mudah ditemukan jawaban terbanyak adalah tidak yaitu sebanyak 56,70%. Hal ini mengindikasikan bahwa tempat usahanya kurang strategis dan sulit ditemukan. Oleh karena diperlukan solusi untuk masalah tempat ini.

PENUTUP

- 1) Pada saat ini kondisi penjualan *Sasirangan* mengalami penurunan. Salah satu faktor penyebab dari penurunan ini antara lain produksi kain sasirangan kalah bersaing dengan produksi kain modern dan minat masyarakat lebih tertarik kepada kain dan busana modern, harga yang ditawarkan relatif mahal diperparah dengan adanya persaingan antara pengrajin dan penjual kain sasirangan, gerai, outlet, toko. Promosi kain sasirangan sangat minim juga kalah bersaing dengan penjual kain modern.
- 2) Analisis Strategi Pemasaran Dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Pada Rizqina Sasirangan Banjarmasin dapat dilaksanakan melalui 4 bauran pemasaran yaitu strategi produk dengan meningkatkan kualitas produk, merancang harga agar dapat terjangkau oleh pelanggan dan menguntungkan bagi Rizqina Sasirangan, distribusi atau tempat dapat dilakukan dengan lebih mendesain lokasi atau tempat menjadi lebih menarik dan lebih dikenali,

kegiatan promosi yang dilaksanakan dengan metode periklanan, personall selling, promosi penjualan dan publisitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari 2011, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan. Kesembelian, Bandung : Alfabeth.
- Annisa, Y. 2014. *Lebih Jauh Mengenal Batik Sasirangan*. Bogor: Optima.
- Assauri, Sofjan. 2013, *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi*,. Jakarta : Rajawali Pers
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri, 2016. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali pers
- David, Fred R, 2009, *Bauran Pemasaran*, Jakarta : Salemba empat
- Ganie, T. N. 2014. *Sasirangan Kain Khas Tanah Banjar*. Kalimantan Selatan: Tuas Media.
- Hasan, Ali, 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Kotler dan Gary Armstrong. 2016. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyadi, Rambat dan Hamdani, 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Banten: Andi
- Stanton, William J. 2013. *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Erlangga.
- Sunyoto, Danang 2013. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS
- Tjiptono, Fandy , 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta : Andi Offset
- Tjiptono, Fandy, dan Chandra, Gregorius, 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : Andi
- Winarsih, T. 2015. *Kain Sasirangan dan Asal-usul Batik di Indonesia: CV.Sabdo Pinilih*.
- Referensi :
- Noor Kholis, 2016. Skripsi Judul : *Kain Tradisional Sasirangan "Irma Sasirangan" Kampung Melayu Kalimantan Selatan*. Yogyakarta Universitas Negeri Yogyakarta
- Indonesia Kaya, Kain Sasirangan, <https://www.indonesiakaya.com>, access 15 Maret 2019
- Rumah Sasirangan, Sejarah Kain Sasirangan, <http://rumahsasirangan.com>, access 15 Maret 2019