

ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN KEGIATAN PROMOSI DALAM UPAYA MENCIPTAKAN PEMBELIAN PADA TOKO IRMA SASIRANGAN

Siti Aisyah¹, Husnurrofiq², Mohammad Zainul³

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 16.31.0460

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 1105036201

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 1105076601

Email: Sitiaisyahayu8@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) analisis kualitas produk dalam upaya menciptakan pembelian pada toko Irma Sasirangan, (2) analisis kegiatan promosi dalam upaya menciptakan pembelian pada toko Irma Sasirangan, (3) analisis kualitas produk dan kegiatan promosi dalam upaya menciptakan pembelian pada toko Irma Sasirangan. Penelitian ini menggunakan Metode deskriptif kualitatif, karena penelitian ini memberikan gambaran yang jelas dalam mengenai kualitas produk dan kegiatan promosi pada toko Irma Sasirangan dengan cara wawancara.

hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa kualitas produk dan kegiatan promosi toko Irma Sasirangan sangat lah efektif, terbukti dengan semakin luas jangkauan penjualan dan meningkatnya para konsumen. Disetiap tahunnya semakin meningkat omset penjualannya, dan kualitas produknya terjamin dan aman. Dalam menjalankan usaha Irma Sasirangan tidak ada kendala sedikit pun, dikarenakan pelanggan yang loyalnya dan setia untuk mempromosikan produk Irma Sasirangan. Irma Sasirangan adalah pengrajin sasirangan yang terkenal di Banjarmasin. Penjualan Irma Sasirangan sudah mendunia ke pelosok-pelosok daerah, kain sasirangan terkenal bukan hanya untuk mempercantik kaum perempuan tetapi kain sasirangan memiliki khasiat penyembuh orang sakit dan anak yang sedang rewel. Pada sekarang ini para pembeli lebih mudah untuk melihat koleksi Irma Sasirangan, karena koleksi Irma Sasirangan dilakukan secara online dengan mengklik www.irmasasirangan.com.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kegiatan Promosi Dan Menciptakan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) analysis of product quality in an effort to create purchases at the Irma Sasirangan store, (2) analysis of promotional activities in an effort to create purchases at the Irma Sasirangan store, (3) analysis of product quality and promotional activities in effort to create purchases at Irma Sasirangan's shop. This research uses descriptive qualitative method because this study provides a clear picture of the quality of products and promotional activities at the Irma Sasirangan store by interview.

The results of research conducted by researchers show that the quality of products and promotional activities of Irma Sasirangan store are very effective, as evidenced by the wider range of sales and increasing consumers. Every year its sales turnover increases and the quality of its products is guaranteed and safe. In running Irma Sasirangan's business, there is no obstacle whatsoever, because its loyal and loyal costumers promote Irma Sasirangan's products. Irma Sasirangan is a famous sasirangan craftsman in Banjarmasin. Irma Sasirangan's sales are worldwide in remote areas, Sasirangan fabric is famous not only to beautify woman but sasirangan fabric has the results of healing the sick and fussy children. At present buyers are easier to see the

Irma Sasirangan collection, because the Irma Sasirangan collection is done online by clicking [www. Irma Sasirangan.com](http://www.IrmaSasirangan.com).

Keywords : Product Quality, Promotional Activities And Creating Purchases

PENDAHULUAN

Perkembangan usaha Irma Sasirangan yang semakin ketat sehingga mengakibatkan pesaing melakukan inovasi agar konsumen atau pelanggan baru yang telah dimiliki akan tetap menggunakan barang dari toko tersebut. Persaingan bisnis berupaya dalam membangun strategi perusahaan, mencapai tujuan untuk meningkatkan dan mempertahankan konsumen. Dimasa sekarang ini, semua pihak pemilik usaha merasakan dampak melesunya dunia usaha dari krisis moneter perekonomian dan pendapatan masyarakat tidak stabil dikarenakan adanya wabah virus Covid -19. Setiap toko bertujuan harus berusaha dalam memproduksi suatu barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Berbagai cara yang dilakukan seorang pembisnis untuk menjaga dan mengembangkan agar bisnis atau usaha selalu unggul dalam bersaing. Mulanya kain sasirangan digunakan sebagai alat pengusir roh-roh jahat, sekarang berubah menjadi beraneka ragam produk, semakin banyaknya industri kain sasirangan yang berkembang pesat di Kalimantan Selatan khususnya di Kampung Melayu. Kampung melayu merupakan nama kelurahan penghasil kain sasirangan terbesar di kota Banjarmasin yang letaknya berada di Provinsi Kalimantan Selatan. Irma Sasirangan merupakan salah satu tempat persinggahan utama bagi warga local bahkan turis asing untuk sekedar melihat-lihat atau membeli souvenir untuk dijadikan oleh-oleh, selain itu Irma Sasirangan merupakan tempat penjualan kain sasirangan dan pakaian jadi sasirangan.

Kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaian yang standar ukur yang telah ditetapkan. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan adanya kualitas produk pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang digunakan berkualitas. Selain itu kualitas produk digunakan sebagai senjata strategi potensial untuk mengalahkan pesaing. Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan pada suatu pasar diguna mendapatkan perhatian untuk dimiliki.

Promosi adalah peranan penting dalam strategi pemasaran guna memperkenalkan produk dari produsen kekonsumen yang bertujuan untuk menarik minat pembeli dalam melakukan transaksi pembelian agar mencapai keuntungan. Promosi sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan menyakinkan pembeli agar membeli. Promosi ini terdapat variabel promosi yang sering disebut dengan bauran komunikasi yang meliputi hal-hal sebagai berikut yaitu iklan, promosi penjualan, publikasi, penjual antar personal, pemasaran secara langsung.

Menciptakan pembelian adalah pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dimana yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini tergolong penelitian kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang mengaji fenomena yang terjadi dilapangan kemudian dianalisis, diinterpretasikan, dikonfirmasi dengan teori yang ditarik suatu kesimpulan.

Dalam penelitian ini penulis mengambil objek yang diteliti yaitu pada toko Irma Sasirangan di Jl. Seberang Mesjid Rt. 06 No. 4 Kec. Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan (70231).

Dalam pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam mencapai suatu tujuan. Teknik pengumpulan data dibagi menjadi dua yaitu penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Penelitian yang digunakan dalam penelitian lapangan ini diantaranya adalah pengamatan (observasi), yaitu dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap objeknya dan kenyataan yang ada didalam penelitian lapangan serta melakukan pencatatan data-data yang diperoleh dari Irma Sasirangan, wawancara (interview), yaitu teknik pengumpulan data dengan tanya jawab secara langsung kepada pemilik toko Irma Sasirangan, dokumentasi yaitu mengumpulkan data penting serta catatan-catatan dalam toko Irma Sasirangan.

Teknik analisis data yaitu diperoleh dari hasil lapangan yang ditemukan permasalahan dalam toko tersebut. Kemudian dapat dibandingkan dengan teori-teori pemasaran yang lain, data yang diperoleh kemudian

diuraikan secara sistematis dan terperinci yang telah dirumuskan secara kualitatif deskriptif setelah itu dirangkum dalam suatu kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam hasil penelitian yang dilakukan melalui kegiatan wawancara dengan pemilik toko Irma Sasirangan di Kota Banjarmasin Kalimantan Selatan diperoleh gambaran mengenai upaya yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk dan kegiatan promosi dalam menciptakan minat beli pelanggan. Adapun hasil peneliti peroleh dari wawancara yaitu:

1. Hasil penelitian Upaya yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk dalam menciptakan minat beli pelanggan.
 - 1) Upaya yang dilakukan perusahaan yaitu adanya pertarungan produk antara toko Irma Sasirangan dengan toko yang Mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan lain, tidak lagi terbatas pada keunggulan kualitas atau teknologi yang canggih, tetapi usaha untuk mendapatkan nilai tambah kepada konsumen. Meningkatkan kualitas produk adalah kualitas suatu produk tergantung pada rantai nilai. Meningkatkan kualitas produk yaitu
 - 2) Komunikasi efektif
 - 3) Mengelola permintaan dengan baik
 - 4) Manfaat umpan balik

Upaya meningkatkan kualitas produk yaitu dengan silaturahmi bertujuan menjalin suatu keluarga yang akan menciptakan suatu kepercayaan bagi anggota.

2. Hasil penelitian Kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan minat beli pada pelanggan yaitu dengan cara giat mempromosikan melalui media sosial, sehingga para pelanggan berminat ingin membeli produk tersebut. Ada empat jenis kegiatan promosi yaitu:
 - 1) Periklanan
 - 2) Publikasi
 - 3) Promosi penjualan
 - 4) Pemasaran langsung
3. Hasil penelitian Kendala perusahaan dalam meningkatkan kualitas produk dan melaksanakan kegiatan promosi untuk menciptakan minat beli pada pelanggan.
 - 1) Kendala dalam meningkatkan kualitas produk pada toko Irma Sasirangan yaitu terutama dalam bahan warna karena bahan warna yang kualitas bagus itu sulit didapatkan. Meski ada harga yang mahal sehingga persediaan terbatas. impoter enggan mengimpor kualitas bahan warna yang bagus disebabkan terbatasnya konsumen yang membeli sehingga impoter lebih senang mengimpor bahan warna yang kualitas sedang dikarenakan harga lebih terjangkau oleh konsumen. Yang kedua tenaga ahli pada bagian penculupan dan pengharajin sebagai bagian rajut.
 - 2) Kendala kegiatan promosi pada toko Irma Sasirangan yaitu tidak ada banyak kendala disebabkan pelanggan yang loyal dan setia untuk mempromosikan produk Irma Sasirangan. Kendala yang kedua yaitu beberapa media cetak sering ketempat Irma Sasirangan untuk mempromosikan.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Irma Sasirangan merupakan sebuah toko yang menjadi andalan pada saat ini. Dari waktu ke waktu toko Irma Sasirangan mendapatkan respon yang positif dari pelanggan dan masyarakat. Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapatkan perhatian utama dari produsen, kualitas produk juga berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen dan merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh toko. Toko ini berani menjamin kualitas barang yang bermutu, mampu bersaing dan kualitas kain sasirangan yang disediakan kepada pembeli tidak kalah dengan barang yang dijual dengan toko lainnya. Dalam melakukan promosi Irma Sasirangan pernah menggunakan poster atau brosur untuk media promosi namun lebih fokus menggunakan media sosial. Irma Sasirangan juga bekerja sama dengan beberapa pihak untuk media promosi seperti televisi, radio, majalah dan lain-lain. Cara mempromosikan dengan mempostingkan foto, video, atau foto poster tentang harga dan promosi pada setiap bulannya. Hasil penelitian yang peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa analisis kualitas produk dan kegiatan promosi di toko Irma Sasirangan dapat dikatakan semakin baik dan berhasil meningkatkan banyaknya pelanggan.

PENUTUP

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kualitas produk dan kegiatan promosi dalam upaya menciptakan pembelian pada toko Irma Sasirangan yang telah dilakukan, peneliti menemukan beberapa hasil sebagai berikut:

- (1) Kualitas produk kain Irma Sasirangan sangat terjamin awet dan tahan lama, sehingga para konsumen merasa puas dengan produk kain Irma Sasirangan. Barang yang ada ditoko Irma Sasirangan tidak hanya berkualitas, harga pun terjangkau. Pembuatan kain sasirangan yang cukup unik, dikerjakan melalui tahapan-tahapan mendesain motif, merajut, mencelup, membuka rajutan, mencuci, dan menyetrika. Kelengkapan barang yang dijual di toko Irma Sasirangan membuat para pelanggan tidak kecewa apabila mereka mencari pakaian yang diinginkan. Letak toko Irma Sasirangan mudah dicari oleh pelanggan sehingga pelanggan datang kembali.
- (2) Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan kegiatan promosi sangat mudah diketahui oleh masyarakat karena melalui media sosial seperti televisi, radio, majalah dan lain-lain, sehingga menarik minat pelanggan untuk bergabung. Tujuan toko Irma Sasirangan menggunakan promosi ini untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan agar selalu meningkatnya omset penjualan dalam setiap tahunnya.

SARAN

Dari penelitian yang penulis lakukan pada dasarnya toko Irma Sasirangan Banjarmasin berjalan dengan baik dan berproduksi stabil sesuai dengan ekonomi. Tetapi masih terdapat beberapa hal yang harus disarankan yaitu:

1. Pemimpin tenaga kerja agar terus meningkatkan produksi dan meningkatkan hasil karyanya. Dan tenaga kerja harus tetap semangat dalam menyelesaikan tugas agar usaha dapat terus berkembang.
2. Kualitas produk di toko Irma Sasirangan sudah terjamin, jangan sampai membuat para pelanggan kecewa dengan adanya penurunan kualitas tersebut.
3. Diharapkan kepada karyawan di toko Irma Sasirangan agar terus bekerja lebih aktif dalam menawarkan barang dagangannya, supaya yang datang tidak hanya pelanggan tetap tetapi juga pelanggan baru yang belum mengetahui keistimewaan dari toko Irma Sasirangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Gitasodarmo, indriyo. 2000. Manajemen Pemasaran Edisi kedua Cetak Keenam. Yogyakarta: BPFE, 2000.
- Kotler, Philip. Manajemen pemasaran. Jakarta: PT. Prenhallindo, 2010
- Kotler, Philip. Manajemen pemasaran Jilid II Edisi Kesebelas. Jakarta: Indeks, 2005.
- Sireger, Fachrurozi. "Pengaruh Promosi, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian". Sumatra Utara Medan: 2017.
- Ganie, T. N . 2014 Sasirangan Kain Khas Tanah Banjar. Kalimantan Selatan: Tuan Medis.
- Kotler, P, & Armstrong, G. 2008. Manajemen Pemasaran Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P, & Keller, K. L. 2007. Manajemen Pemasaran Jilid I, Edisi Keduabelas. Jakarta: PT. Indeks.
- Tjiptono, Fandy. 2012. Manajemen Pemasaran Edisi Kedua, Cetakan Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.
- Charles W. Lamb, Joseph Hair, Calr. 2001. Pemasaran Edisi Pertama, Selemba Empat. Jakarta.
- Ariani, D. W. 2003. Manajemen Kualitas : Pendekatan Sisi Kualitatif, Proyek Peningkatan Penelitian Pendidikan Tinggi Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi. Depdiknas.