

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM USAHA MENINGKATKAN PENJUALAN ANYAMAN PURUN PADA BRAND USAHA ANYABA DI MARABAHAN

Husnul Khotimah¹, Hairul², Nurul Hasanah³

¹Manajemen, 61201, Ekonomi . Universitas Kalimantan Muhammad Arsyad
Al-Banjari, Banjarmasin, 19310620

²Manajemen, 61201 , Ekonomi, Universitas Kalimantan Muhammad Arsyad
Al-Banjari, Banjarmasin1120078802

³Manajemen, 61202, Ekonomi, Universitas Kalimantan Muhammad Arsyad
Al-Banjari, Banjarmasin, 061502740
E-mail: husnulkhtmh963@gmail.com

ABSTRAK

HUSNUL KHOTIMAH."Analisis Strategi Pemasaran dalam usaha meningkatkan penjualan anyaman purun pada Brand usaha Anyaba di Marabahan". Dosen Pembimbing Hairul, SE.M.M. dan Nurul Hasanah, S.Sos., M.M

Strategi Pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan penjualan anyaman purun pada Brand usaha Anyaba di Marabahan cukup baik, kerana mampu memasarkan anyaman purun yang sebelumnya hanya dianggap produk menengah kebawah menjadi naik kelas disukai kaum millennial.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui Metode Observasi, Kepustakaan (Library Research), Penelitian Lapangan (Field Research), Metode Interview (Wawancara) dan Metode Dokumentasi.

Penelitian ini menggunakan analisa data kualitatif yaitu analisa berdasarkan pendapat, pemikiran dan pertimbangan-pertimbangan yang akan menguraikan serta menerangkan masalah yang tidak digambarkan dalam bentuk angka.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: 1) Strategi marketing yang digunakan Anyaman Anyaba Marabahan yang dijalankan selama ini adalah dengan memelihara kualitas produk dan terus berinovasi untuk bekerjasama dengan instansi terkait atau pihak lain dengan produk baru dengan, tipe, warna dan desain kemasan yang menarik dan berubah sesuai kebutuhan pasar serta harga yang ditawarkan relatif lebih murah karena menyasar kaum muda yang ingin tampil trendy dengan biaya murah serta ada potongan diskon pada produk-produk tertentu pada hari-hari tertentu untuk menarik pelanggan dan 2) Strategi marketing yang seharusnya digunakan pada Anyaman Anyaba Marabahan untuk meningkatkan penjualan produknya selain strategi yang sudah berjalan perlu adanya penambahan aspek promosi kepada pembeli yang sudah datang untuk membeli di tempat dengan memberikan potongan harga, dari aspek tempat Anyaman Anyaba Marabahan yang terletak dilokasi yang strategis dan mudah dikunjungi pembeli namun perlu juga dipikirkan untuk menambah cabang baru di tempat lain seperti Kota Banjarmasin dan sekitarnya

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Peningkatan penjualan

ABSTRACT

HUSNUL KHOTIMAH."Analysis of Marketing Strategy in an effort to increase sales of purun woven on the Anyaba business brand in Marabahan". Hairul Advisor, SE.M.M. and Nurul Hasanah, S.Sos., M.M

The marketing strategy used to increase sales of purun woven at the Anyaba business brand in Marabahan is quite good, because it is able to market purun woven which was previously only considered a lower-middle class product to be promoted to the preferred class of millennials. The data collection technique used in this

research is through Observation Method, Library (Library Research), Field Research (Field Research), Interview Method (Interview) and Documentation Method.

This study uses qualitative data analysis, namely analysis based on opinions, thoughts and considerations that will describe and explain problems that are not described in numerical form.

Based on the results of the study it can be concluded that: 1) The marketing strategy used woven Marabahan that has been carried out so far is to maintain product quality and continue to innovate to cooperate with related agencies or other parties with new products with attractive types, colors and packaging designs and changes according to market needs and the price offered is relatively cheaper because it targets young people who want to look trendy at a low cost and there are discounts on certain products on certain days to attract customers and 2) The marketing strategy that should be used in Anyaba Woven Marabahan to increase sales of its products, in addition to the ongoing strategy, it is necessary to add promotional aspects to buyers who have come to buy on the spot by giving discounts, from the aspect of the Anyaba Marabahan place which is located in a strategic location and is easy for buyers to visit but it is also necessary to think about adding new branches in other places such as the city of Banjarmasin and its surroundings

Keywords: Marketing Strategy, Increased sales

REFERENSI

Buku

Afriantoni, A. (2020). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan PADA PT. Unilever Indonesia, Tbk. Citra Ekonomi, 1(2), 90–100.

Alma, Buchari. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Ke Dua. Yogyakarta : BPF.

Barthos, Basir, 2014. Manajemen Sumber Daya Manusia, Suatu Pendekatan Makro. Jakarta : Bumi Aksara.

Basu Swastha dan Irawan. 2018. Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta

Handoko, T. Hani, 2017. Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia. Edisi 2. Yogyakarta : BREE.

Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2016.

Kotler, Philip, (2015), Manajemen Pemasaran, PT. Prenhallindo, Jakarta.

Kotler, Philip, dan Armstrong (2018), Marketing Mix, PT. Prenhallindo, Jakarta.

Manajemen Strategis Strategic Business Unit Berdasarkan Konsep Michael R. Garvin, Fred R. David, dan Wheelan- Hunger. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Manullang, M., 2015. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : Ghalia Indonesia.

Maryoto, Susilo, 2015. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Ke Dua. Yogyakarta : BPF.

Nasution. 2018. Strategic Management in Action, Konsep, Teori, dan Teknik Menganalisis

Nitisemito, Alex S., 2014. Manajemen Suatu Dasar dan Pengantar. Jakarta : Ghalia Indonesia

Pedoman Penulisan Skripsi Universitas Ialam Kalimantan (UNISKA) M A B A1- Banjari Jurusan Manajemen, Banjarmasin, 2023.

Saida, Zainurossalamia. 2020. Manajemen Pemasaran. Lombok: Forum Pemuda Aswaja

Setyaningsih. 2020. Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Kencana

Siagian, Sondang P., 2013. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : Ghalia Indonesia.

Toha, Miftah, 2016. Perilaku Organisasi. Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Tjiptono, Fandy. 2016. Strategi Pemasaran Edisi III. Yogyakarta:CV. Andi Offset

Wibowo, Dimas Hendika.2015. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo).Fakultas Ilmu Administrasi,Universitas Brawijaya Malang

Yazid, 2018. Metodologi Penelitian Kualitatif. ,Edisi Revisi Bandung: Remaja Rosdakarya.

Internet

<https://www.tokopedia.com/anyamanbahalap/kotak-souvenir-berbahan-dasar-purun-tikus-khas-batola-umkm-binaanadaro-kuning?extParam=whid%3D14457281>

Wawancara

Ibu Barkati, selaku orang tua Tri Fatimah Pemilik Anyaman Anyaba saat ini, Rabu, tanggal 03 Mei Jam 14: 21 WITA

Tri Fatimah Pemilik Anyaman Anyaba saat ini, Rabu, tanggal 03 Mei Jam 13:25 WITA

Ibu Ani, Petugas Pembina UKM dari BPD Kalsel Marabahan yang kebetulan datang ke Toko Anyaba Marabahan saat penelitian dilakukan, Rabu tanggal 03 Mei Jam 14:23 WITA