

ANALISIS STRATEGI PROMOSI DAN SALURAN DISTRIBUSI PADA ZAHRA SASIRANGAN DI BANJARMASIN

Pebe Banga Padang¹, Farida Yulianti², Lamsah³

¹Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari, NIM2003010820

²Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari, NIDN1121076901

³Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari, NIDN1125126201

Email : banga.bp20@gmail.com

ABSTRAK

Pebe Banga Padang (2022) Analisis Strategi Promosi dan Saluran Distribusi Pada Zahra Sasirangan di Banjarmasin, Pembimbing I Hj. Farida Yulianti, SE., MM dan Pembimbing II : Lamsah, SE., MM

Memasuki persaingan usaha yang semakin kompetitif, pemilik usaha harus berusaha memaksimalkan kinerja dan strategi promosi produk dan saluran distribusi yang ditawarkan oleh pelaku usaha tersebut. Pengoptimalan strategi promosi ini penting agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli dan menggunakan produk kain Sasirangan

Adapun jenis penelitian yang dipakai dalam skripsi ini adalah jenis penelitian kualitatif. Kualitatif merupakan konstruktivisme yang berasumsi bahwa kenyataan itu berdimensi jamak, interaktif dan suatu pertukaran pengalaman sosial yang diinterpretasikan oleh setiap individu. Hasil Penelitian bahwa Saluran distribusi yang digunakan sekarang oleh Zahra Sasirangan Banjarmasin adalah saluran distribusi tidak langsung, yaitu menyalurkan barangnya melalui pengecer yang hanya ada didalam list saja (Toko-toko Butik dan Toko-Toko Baju pakaian) di daerah Banjarmasin. Sebaiknya saluran distribusi yang digunakan sekarang di Zahra Sasirangan Banjarmasin adalah menggunakan dua saluran distribusi yaitu saluran distribusi tidak langsung dan saluran distribusi langsung agar para pengecer-pengecer yang tidak ada dalam list dan Toko-toko Pakaiandapat ditawarkan secara langsung ketempat mereka agar mereka bisa menjual produk minuman dari Zahra Sasirangan Banjarmasin Banjarmasin. Promosi yang digunakan sekarang oleh Zahra Sasirangan adalah promosi advertising yaitu promosi menggunakan media-media seperti Televisi, Radio, Surat Kabar, Instagram. Promosi tersebut membantu namun akan mengeluarkan biaya agak mahal dibandingkan jenis promosi lain, akan lebih efektif jika Zahra Sasirangan Banjarmasin sekarang menggunakan dua jenis promosi yaitu promosi advertising dan promosi penjualan agar para konsumen mengenal produk minuman dari Zahra Sasirangan Banjarmasin dan dapat ditawarkan secara langsung oleh penjual. Promosi penjualan sebaiknya dilakukan di tempat-tempat ramai yang dikunjungi banyak orang agar dapat meningkatkan omset penjualan.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Saluran Distribusi

ABSTRACT

Pebe Banga Padang (2022) Analysis of Promotional Strategies and Distribution Channels at Zahra Sasirangan in Banjarmasin, Supervisor I Hj. Farida Yulianti, SE., MM and Advisor II : Lamsah, SE., MM

Entering an increasingly competitive business competition, business owners must try to maximize the performance and product promotion strategies and distribution channels offered by these business actors. Optimizing this promotional strategy is important in order to attract consumers to buy and use Sasirangan fabric products

The type of research used in this thesis is a qualitative research type. Qualitative is constructivism which assumes that reality has multiple dimensions, is interactive and an exchange of social experiences that are interpreted by each individual.

The results of the study show that the distribution channel currently used by Zahra Sasirangan Banjarmasin is an indirect distribution channel, namely distributing the goods through retailers that are only on the list (Boutique shops and clothing stores) in the Banjarmasin area. It is better if the distribution channel used now at Zahra Sasirangan Banjarmasin is to use two distribution channels, namely indirect distribution channels and direct distribution channels so that retailers who are not on the list and clothing stores can be offered directly to their place so that they can sell beverage products. from Zahra Sasirangan Banjarmasin Banjarmasin. The promotion used now by Zahra Sasirangan is advertising promotion, namely promotion using media such as Television, Radio, Newspapers, Instagram. This promotion helps but will cost a bit more than other types of promotions, it will be more effective if Zahra Sasirangan Banjarmasin now uses two types of promotions, namely advertising promotions and sales promotions so that consumers get to know beverage products from Zahra Sasirangan Banjarmasin and can be offered directly by the seller. Sales promotions should be carried out in crowded places visited by many people in order to increase sales turnover.

Keywords: Promotion Strategy, Distribution Channel

DAFTAR PUSTAKA

Ali Hasan. (2013). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Caps.

Andrews, Kenneth R. (2014). *Konsep Strategi Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.

Angipora. (2012). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Arif. (2018). *Supply Chain Management : Konsep dan Pelaksanaan SCM, Fungsi SCM Bagi Perusahaan, Pengembangan dari SCM, Distribusi dalam SCM, Analisis Inventori, Pembelian dalam SCM, Procurement dalam SCM*. . Yogyakarta: Deepublish (Group Penerbitan CV Budi Utama).

Danang, Sunyoto. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.

- Danim, S. (2012). *Motivasi Kepemimpinan dan Efektivitas Kelompok, Edisi Kedua*. Jakarta: PT Rineka Cipta Utama.
- Daryanto, L. H. (2019). The Influence Of Marketing Mix On The Decision To Purchase Martabak “Setiabudi”Pak Man Semarang. *Journal of Management, Vol. 5, No. 5*.
- Etzel. (2013). *Fundamentals of Marketing, Tenth Edition*,. Singapore.: Mc Graw-Hill International, .
- Fandy Tjiptono. (2016). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*,. Yogyakarta: Andi Offset.
- Gitosudarmo. (2014). *Manajemen Operasi*. . Yogyakarta: BPFE.
- Griffin. (2015). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hutabarat.A.N.S. (2018). Penerapan Metode Simple Moving Average Untuk Memprediksi Hasil Laba Laundry Karpet Pada CV. Homecare. . *JURIKOM, 5, , 167-175*.
- Jerry C. Olson dan Peter J. Paul. (2014). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran. Edisi Sembilan. Buku 2*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, P dan Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler,A. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kottler, Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. . Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro. (2013). *“Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi” Edisi 4*. Jakarta: Erlangga.
- Mulyono, A. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Nickels. (2013). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Noor Hikmah. (2020). Analisis Kebijakan Saluran Distribusi Dan Promosi Dalam Usaha Meningkatkan Penjualan Pada Anugerah Meubel Banjarbaru. *Jurnal Ilmiah , 1-9*.
- Novillia. (2021). *Analisa Pemasaran Saluran Distribusi, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Perbankan Syariah Di Masa Covid-19*. Bengkulu: Skripsi Program Studi Perbankan

Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) BENGKULU.

Nur Fuadi, A. (2021). *Analisis Strategi Saluran Distribusi Produk Sale Pisang Dalam Meningkatkan Volume Penjualan*. Purwokerto: Skripsi JURUSAN EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO.

Pujiyanto. (2013). Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Periklanan. 1. *Nirmana, Vol. 5 (1) 96-109*.

Rangkuti, F. (2017). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. . Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.

Solihin. (2014). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Erlangga.

Sterry Nancy. (2018). Strategi Promosi Dan Saluran Distribusi Yang Efektif Guna Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pt. Astra Internasional Tbk. Daihatsu Manado. *Jurnal EMBA Vol.6 No.3 Juli* , Hal. 1088 - 1097.

Subagyo, Nur Aini, I. (2018). *Akuntansi Manajemen Berbasis Desain*. . Yogyakarta: Gahdja Mada University Press.

Susi Arianty. (2021). Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan (Studi Home Industry Roti Al Mustafa di Metro). *Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah, Vol. 09/ Nomor 1*, 1-18.

Thamrin, T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.