

STRATEGI PEMASARAN MENGHADAPI PERSAINGAN USAHA PRODUK KAIN SASIRANGAN KOTA BANJARMASIN PERSPEKTIF ISLAM

Muhammad Zainur Rahman Zein, Zakiyah, Galuh Nasrullah.

Ekonomi Syariah 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan
(UNISKA) Muhammad Arsyad Albanjari, 18510008

Ekonomi Syariah 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan
(UNISKA) Muhammad Arsyad Albanjari, 1124028306

Ekonomi Syariah 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan
(UNISKA) Muhammad Arsyad Albanjari, 1108117201

E-mail : ferdizainurrahman@gmail.com

ABSTRAK

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi pengusaha untuk mencapai keberhasilan memasarkan produk serta mendapatkan keuntungan yang diharapkan. Namun sehubungan persaingan usaha diluar sana yang sangat ketat. Jadi Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu strategi pemasaran menghadapi persaingan usaha produk kain sasirangan? Bagaimana Mempertahankan dan menaikkan penjualan?. bagaimana Strategi pemasaran Irma sasirangan dalam perspektif islam?. Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran Irma sasirangan menghadapi persaingan usaha, mengetahui strategi Mempertahankan dan menaikkan volume penjualan, dan bagaimana strategi pemasaran Irma sasirangan perspektif islam. Sedangkan Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, data yang didapat dari penelitian ini berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian yaitu karyawan Irma sasirangan. Hasil dari penelitian strategi pemasaran Irma sasirangan cukup baik dari strategi produk, produk yang dijual berkualitas tinggi. Strategi harga, harga yang bervariasi mengikuti bahan. Strategi promosi, promosi melalui social media Dan strategi distribusi langsung kepada konsumen, Strategi mempertahankan dan menaikkan penjualan berdasarkan Indikator tingkat penjualan dan pelayanan sangat bagus, yaitu Irma sasirangan memberikan harga yang bervariasi dan melayani dengan etika sopan santun dan Dalam strategi pemasaran syariah juga sangat bagus yaitu dengan menerapkan sifat jujur, etis dalam usaha, menjunjung nilai etika baik kepada konsumen, realistis tidak membedakan dalam pelayanan, dan humanistik bersifat kemanusiaan jika barang ada cacat maka dapat diganti jika konsumen minta

Kata kunci : Strategi pemasaran, kain sasirangan, Irma sasirangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. (2014). Manajemen Pemasaran, Edisi 1-13. Jakarta: Rajawali Pers.
- Assauri, Sofjan. (2011). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers.
- B.N Maribun,(2003)Kamus manajemen Jakarta: Pustaka Sinar Harapan
- Fuad, M. C.(2003)Pengantar bisnis Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- H.Moh pobundu Tika, (2006)Metodologi riset Bisnis, Jakarta : Bumi Aksara petama.
- Haryono, Gatot. (2020). Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi, Sukabumi: CV Jejak.
- Hermansyah, (2009) Pokok-Pokok Hukum persaingan Usaha Di Indonesia, Jakarta: Kencana
- Indri, Hadis Ekonomi (2015) Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi, Jakarta:Prenamida Groub
- Kamsir, (2006) kewirausahaan Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- M Nur, Rianto Al Arif (2012), Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah, (Bandung: Alfabeta,
- M Nur, Rianto Al Arif (2012), Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah, (Bandung: Alfabeta,
- Moleong, Leky J. (2007). “Metode Penelitian Kualitatif”. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Muhammad, (2004) Ekonomi Mikro dalam perspektif islam, Yogyakarta: Bpfe, cet:I
- Ahmad Adriansyah, Strategi Manajemen Promosi Café and Art Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis, Jurnal Manajemen dan Bisnis islam, Vol. 3 No 2. 2022
- Jurnal
- Arie Wicaksono,Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Analisis Swot Tanpa Skala Industri Pada Pt X diJakarta, Jurnal Manajemen Industri dan Logistik, Vol.1 No 2. 2018
- Ayu Bunga Pertiwi, Hapzi Ali, Francicus Dwikotjo, Jurnal Ilmu Manajemen Terapan 3 583-587.

Dharmmesta, B.S., (1999) Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual sebagai Panduan bagi Penalty, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 14, (3). 73-88

Yunita Fitria Andriana, Pergeseran Fungsi dan makna Simbolis Kain Sasirangan, Jurnal Rupa Vol.03. Edisi 2 (1), 78
Jaya Saputra, (2021) Strategi Pemasaran Oline Dalam Meningkatkan Jumlah Pembeli dalam Pespekktif Islam (Studi Kasus Pada Toko Irma Sasirangan Dikampung Sasirangan Kota Banjarmasin), Skripsi Uniska Banjarmasin

Skripsi

Jaya Saputra, (2021) Strategi Pemasaran Oline Dalam Meningkatkan Jumlah Pembeli dalam Pespekktif Islam (Studi Kasus Pada Toko Irma Sasirangan Dikampung Sasirangan Kota Banjarmasin), Skripsi Uniska Banjarmasin

R.A. Nur Qamariyah, (2004) “Strategi Pemasaran Industri Kecil Kerajinan Kasur Lihab Arafa Palembang” Skripsi Uin

Raden Fatah.R.A. Nur Qamariyah, (2004) “Strategi Pemasaran Industri Kecil Kerajinan Kasur Lihab Arafa Palembang” Skripsi Uin

Raden Fatah.Rianty,(2021) Analisis Strategi Pemasaran DUsaha Meningkatkan Volume Penjualan Pada Rizqina Sasirangan Banjarmasin, Skripsi Uniska Banjarmasin