

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN PRODUK KAIN SASIRANGAN
(Studi Kasus di Sasirangan Timbaan Kabupaten Tapin)**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Pada Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh:

SITI HILMAH

NIM 1810412620035



**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

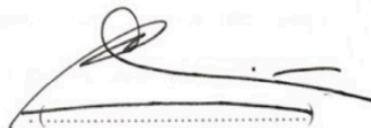
STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK KAIN SASIRANGAN

(Studi Kasus di Sasirangan Timbaan Kabupaten Tapin)

- A. Nama Mahasiswa : Siti Hilmah
NIM : 1810412620035
- B. Telah disetujui, diuji dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim penguji:

a. Pembimbing

Prof. Dr. Saladin Ghalib, MA
NIP. 195608081984031002



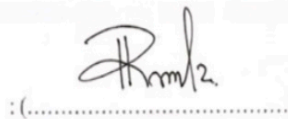
b. Penguji I

Drs. H. Rasyidi, M.M
NIP. 195808161990031002



c. Penguji II

Dr. Irwansyah S.Sos M.Si
NIP. 197104201999031001



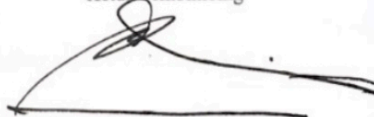
Banjarmasin, 10 Juli 2023

KPS Administrasi Bisnis

Ketua Pembimbing



Nurul Wahyuni, S.Sos, M.A.B
NIP. 197511052001122001

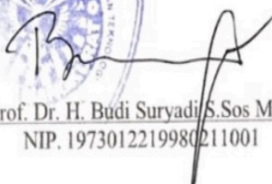


Prof. Dr. Saladin Ghalib, MA
NIP. 195608081984031002



Mengetahui
Dekan FISIP UNLAM

Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos M.Si
NIP. 1973012219980211001



PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Sel uruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah di publikasikan orang lain yang terdapat dalam karya tulis ini telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, 29 Maret 2023

Yang membuat pernyataan,



SITI HILMAH

NIM 1810412620035

ABSTRAK

Siti Hilmah, 1810412620035, 2023. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Kain Sasirangan (Studi Kasus di Sasirangan Timbaan Kabupaten Rantau), di bawah bimbingan: Prof. Dr. Saladin Ghalib, MA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan dalam sasirangan timbaan serta faktor pendukung dan penghambatnya dalam meningkatkan volume penjualan

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara peneliti di lapangan menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan dalam meningkatkan volume penjualan sasirangan timbaan adalah strategi pemasaran bauran pemasaran dengan menggabungkan empat aspek yaitu produk, harga, tempat dan promosi. Serta faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strateginya pada bagian bahan baku dan kinerja karyawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh sasirangan timbaan adalah strategi yang efektif dibuktikan dari volume penjualan yang mengalami peningkatan, meskipun masih terdapat kendala yang dapat diatasi dengan baik.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Volume Penjualan, Sasirangan Timbaan

ABSTRACT

Siti Hilmah, 1810412620035, 2023. Marketing Strategy in Increasing the Sales Volume of Sasirangan Fabric Products (Case Study in Sasirangan Timbaan Rantau Regency), under the guidance of: Prof. Dr. Saladin Ghalib, M.A.

This study aims to determine the marketing strategy used in Sasirangan timbaan and the supporting and inhibiting factors in increasing sales volume

This study uses descriptive methods and qualitative approaches to collect data through observation, interviews and documentation.

Based on the results of observations and interviews with researchers in the field, it was shown that the marketing strategy used to increase sales volume of Sasirangan Timbaan was a marketing mix strategy by combining four aspects, namely product, price, place and promotion. As well as supporting and inhibiting factors in the implementation of its strategy in the raw materials and employee performance. The results showed that the marketing strategy used by Sasirangan Timbaan was an effective strategy, as evidenced by the increase in sales volume, although there are still obstacles that can be overcome properly.

Keywords: Marketing Strategy, Sales Volume, Sasirangan Timbaan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah S.W.T. Karena berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya jumlah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Kain Sasirangan (Studi Kasus di Sasirangan Timbaan Kabupaten Rantau)*” dengan sebaik-baiknya.

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam menyelesaikan Program Sarjana Strata-1 Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin. Shalawat serta salam tak lupa penulis haturkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, para keluarga, sahabat, kerabat beliau hingga akhir zaman.

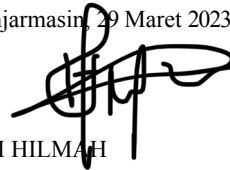
Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- (1) Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos, M. Si. selaku Dekan FISIP ULM .
- (2) Nurul Wahyuni, S.Sos, M.A.B selaku Ketua Program Studi administrasi Bisnis
- (3) Bapak Prof. Dr. Saladin Ghalib, MA. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran, bimbingan selama penyusunan skripsi sehingga dapat terselesaikan
- (4) Bapak Drs. H. Rasyidi, M.M. selaku Dosen Penguji Skripsi I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan dalam penulisan skripsi ini
- (5) Bapak Dr. Irwansyah, S. Sos, M. AB selaku Dosen Penguji Skripsi II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan dalam penulisan skripsi ini
- (6) Ibu Mariatul Ikrimah selaku narasumber utama pemilik Sasirangan Timbaan.
- (7) Sahabat serta teman tersayang yang selalu setia memberi semangat.
- (8) Seluruh pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, hal ini disebabkan masih terbatasnya kemampuan peneliti. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan penulis sebagai masukan demi kesempurnaan skripsi ini.

Besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca serta kepentingan dalam dunia pendidikan.

Banjarmasin, 29 Maret 2023



SITI HILMAH

NIM 1810412620035

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERSEMBAHAN	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kajian Teori	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Volume Penjualan	24
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3. Kerangka Pemikiran	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Pendekatan Penelitian	30
3.2 Desain Penelitian	30
3.3 Lokasi Penelitian	31
3.4 Kehadiran Peneliti	31
3.5 Fokus Penelitian	31
3.6. Informan Kunci	31
3.7 Teknik Pengumpulan Data	32
3.8 Teknik Analisis Data	37
3.8.1 Reduksi Data	38
3.8.2 Penyajian Data	39
3.8.3 Verifikasi Data	39
3.9 Pengujian Keabsahan Data	40
BAB IV TEMUAN PENELITIAN	43
4.1 Gambaran Objek Penelitian	43
4.1.1 Sejarah Sasirangan Timbaan Kabupaten Tapin	43
4.1.2 Lokasi Sasirangan Timbaan	48

[4.1.3 Struktur Organisasi](#) 48

[4.2. Strategi Pemasaran Sasirangan Timbaan dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Kain Sasirangan.](#) 52

[4.3 Faktor Penghambat dan Pendukung Pelaksanaan Strategi Pemasaran Sasirangan Timbaan dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Kain Sasirangan.](#) 80

[BAB V PEMBAHASAN TEMUAN](#) 86

[BAB VI PENUTUP](#) 89

[6.1 Kesimpulan](#) 89

[6.2 Saran](#) 89

[DAFTAR PUSTAKA](#) 90

LAMPIRAN–LAMPIRAN

BIODATA PENELITI

DAFTAR TABEL

No.	Judul	
Hal		
	<u>Tabel 1. 1 Volume Penjualan Tahun 2018 – Tahun 2022.</u>	5
	<u>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu</u>	26
	<u>Tabel 3. 1 Instrumen Wawancara</u>	35

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Hal
Gambar 2. 1	Model Bauran Pemasaran	24
Gambar 2. 2	Kerangka Pemikiran	28
Gambar 3. 1	Model Analisis Data Interaktif Miles & Huberman	37

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Hal
-----	-------	-----

Lampiran 1	Proses Pengolahan pewarnaan Kain Sasirangan	93	
Lampiran 2	Bapak dan Ibu Bupati Beserta Jajarannya memakai Sasirangan		Timbaan 95
Lampiran 3	Sasirangan Timbaan pada Expo Provinsi dan Nasional	98	
Lampiran 4	Ciri Khas Motif Sasirangan Timbaan	101	