

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK OLAHAN BESI OLEH PANDAI
BESI KARYA BUDIMAN KELURAHAN KUIN SELATAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Strata-1
Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial



Oleh:

Muhammad Rifky

NIM 2210128210008

**JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN**

2026

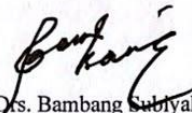
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Muhammad Rifky
NIM. 2210128210008

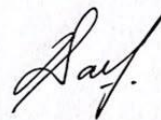
**STRATEGI PEMASARAN PRODUK OLAHAN BESI OLEH PANDAI
BESI KARYA BUDIMAN KELURAHAN KUIN SELATAN**

Disetujui dan disahkan oleh:

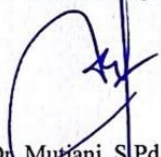
Pembimbing Utama


Prof. Dr. Drs. Bambang Subyakto, M.Hum
NIP. 195602091988111001

Pembimbing Pendamping


Dr. Raihanah Sari, S.Pd., M. Pd
NIP. 198906182023212031

Dosen Penguji


Dr. Mutiani, S.Pd., M.Pd
NIP. 198909072018032001

Mengetahui,

Ketua Jurusan/Prodi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial


Dr. Mutiani, S.Pd., M.Pd
NIP. 198909072018032001

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Rifky
NIM : 2210128210008
Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS)
Fakultas : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Hal-hal yang berkaitan dengan teknik penulisan, telah sesuai dengan Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Program Studi Pendidikan IPS FKIP ULM.

Banjarmasin, 15 April 2026

Yang Membuat Pernyataan



Muhammad Rifky

NIM. 2210128210008

ABSTRAK

Muhammad Rifky. 2026. “Strategi Pemasaran Produk Olahan Besi Oleh Pandai Besi Karya Budiman Kelurahan Kuin Selatan Banjarmasin”. Skripsi Program Studi Pendidikan IPS. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Pembimbing I: Prof. Dr. Drs. Bambang Subiyakto, M.Hum. dan Pembimbing II: Raihanah Sari, S.Pd., M. Pd.

Kondisi persaingan yang semakin meningkat seiring dengan perkembangan ekonomi dan perubahan lingkungan, khususnya di era digital, menuntut setiap pelaku usaha untuk mampu beradaptasi dengan merancang strategi pemasaran yang tepat guna memanfaatkan peluang pasar. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Olahan Besi Oleh Pandai Besi Karya Budiman Kelurahan Kuin Selatan Banjarmasin”. Tujuan penelitian ini adalah: 1) Mendeskripsikan proses produksi olahan besi yang dihasilkan oleh Pandai Besi Karya Budiman, dan 2) Mendeskripsikan strategi pemasaran yang diterapkan dalam menghadapi persaingan usaha di era modern.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk menggambarkan secara mendalam strategi pemasaran pada usaha Pandai Besi Karya Budiman. Subjek penelitian adalah pemilik usaha, karyawan, serta konsumen. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung ke lokasi usaha, wawancara, serta dokumentasi dalam bentuk rekaman dan gambar. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data secara deskriptif, dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data dilakukan dengan teknik triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan berupa paku U, pipa gas, jangkar kapal, paku jembatan, linggis tajam, linggis cabut paku, Vulkanisir, daun roda, bor tanah, gancu sawit, memiliki beragam fungsi sesuai kebutuhan masyarakat di bidang pertanian, konstruksi, dan rumah tangga, dengan keunggulan pada kualitas dan daya tahan. Strategi pemasaran yang diterapkan meliputi yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Produk dibuat menyesuaikan kebutuhan konsumen, harga produk ditentukan berdasarkan biaya produksi dan harga pasar, tempat usaha yang strategis memudahkan akses konsumen, serta promosi masih didominasi oleh metode tradisional seperti dari mulut ke mulut dan pemanfaatan media digital yang masih terbatas. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan strategi pemasaran berbasis digital untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar.

Kata Kunci : strategi pemasaran, pandai besi, produk olahan besi

ABSTRACT

Muhammad Rifky. 2026. "Marketing Strategies for Iron Products by Blacksmith Karya Budiman in Kuin Selatan Subdistrict, Banjarmasin." Thesis, Social Studies Education Program, Faculty of Teacher Training and Education. First Advisor: Prof. Dr. Drs. Bambang Subiyakto, M.Hum. and Second Advisor: Raihanah Sari, S.Pd., M.Pd.

Increasingly intense competition, driven by economic growth and environmental changes particularly in the digital age, requires every business operator to adapt by designing effective marketing strategies to capitalize on market opportunities. Against this backdrop, the researcher is interested in conducting a study titled "Marketing Strategies for Iron Products by Pandai Besi Karya Budiman in Kuin Selatan, Banjarmasin." The objectives of this study are: 1) To describe the iron products produced by Pandai Besi Karya Budiman, and 2) To describe the marketing strategies implemented to address business competition in the modern era.

This study employs a qualitative approach using descriptive methods to provide an in-depth analysis of the marketing strategies at Pandai Besi Karya Budiman. The research subjects were the business owner, employees, and consumers. Data collection techniques included direct observation at the business location, interviews, and documentation in the form of recordings and photographs. Data analysis was conducted through the stages of data reduction, descriptive data presentation, and drawing conclusions. Data validity was tested using the triangulation technique.

The research findings indicate that the products produced including U-nails, gas pipes, ship anchors, bridge nails, sharp crowbars, nail-pulling crowbars, vulcanizers, wheel rims, earth augers, and palm oil hooks serve a variety of functions tailored to the needs of the community in the fields of agriculture, construction, and household use, with superior quality and durability. The marketing strategy implemented includes the marketing mix: product, price, place, and promotion. Products are made to meet consumer needs, prices are determined based on production costs and market prices, the business's strategic location facilitates consumer access, and promotion is still dominated by traditional methods such as word of mouth, with limited use of digital media. Therefore, the development of a digital-based marketing strategy is needed to enhance competitiveness and expand market reach.

Keywords: marketing strategy, blacksmith, iron products

DAFTAR ISI

	Hlm
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR HASIL SKRIPSI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan	5
D. Manfaat penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
A. Pengertian Pemasaran.....	8
B. Strategi Pemasaran	10
C. Pandai Besi.....	15
D. Produk Olahan Besi.....	19
E. Penelitian Relevan	20
F. Kerangka Berpikir	24
BAB III METODE.....	26
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Tempat Penelitian dan Waktu Penelitian	26
C. Subjek Penelitian.....	27
D. Instrumen Penelitian.....	28
E. Sumber Data.....	30
F. Metode Pengumpulan Data.....	31
G. Teknik Analisis Data.....	36
H. Uji Keabsahan Data.....	38

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
A. Profil Kelurahan	43
B. Gambaran Usaha Pandai Besi Karya Budiman.....	49
C. Strategi Pemasaran Usaha Pandai Besi Karya Budiman	51
D. Produk Pada Pemasaran Usaha Pandai Besi Karya Budiman	53
E. Tempat Pada Pemasaran Usaha Pandai Besi Karya Budiman	69
F. Harga Pada Pemasaran Usaha Pandai Besi Karya Budiman	76
G. Promosi Pemasaran Usaha Pandai Besi Karya Budiman	82
H. Analisis SWOT Strategi Pemasaran Usaha Pandai Besi Karya Budiman....	93
BAB V KESIMPULAN	96
A. Simpulan	96
B. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA.....	99
LAMPIRAN	103

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Daftar Narasumber	27
Tabel 3. 2 Daftar Narasumber	28
Tabel 3. 3 Pedoman Wawancara	33
Tabel 4. 1 Data Usaha Kecil Menengah.....	45
Tabel 4. 2 Data Jumlah Penduduk Menurut Pendidikan.....	48
Tabel 4. 3 Jenis Produk Pada Usaha Pandai Besi Karya Budiman.....	54
Tabel 4. 4 Harga Besi Pada Usaha Karya Budiman.....	78
Tabel 4. 5 Data Penjualan Karya Budiman	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Foto Kelurahan Kuin Selatan	43
Gambar 4. 2 Foto Usaha Besi Karya Budiman	49
Gambar 4. 3 Pembuatan Besi	65
Gambar 4. 4 Besi Yang Sudah Jadi.....	66
Gambar 4. 5 Tempat Usaha Besi Karya Budiman.....	70
Gambar 4. 6 Toko Pemasaran Di Pasar Lima.....	71
Gambar 4. 7 Kendaraan Tossa.....	75
Gambar 4. 8 Promosi Dengan WhatsApp	87
Gambar 4. 9 Promosi Dengan Webside	89
Gambar 4. 10 Lokasi Usaha Pada Google Maps	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	107
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian	110
Lampiran 3 Dokumentasi	111

