**BAB IV**

**Strategi Pemasaran Kube Wanita Mandiri Dalam Meningkatkan**

**Penjualan Produk**

1. **Strategi Pemasaran Kube Wanita Mandiri Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Produk Kerajinan Tangan Koran Bekas**.

Berdasarkan data yang Yang Telah Di Peroleh Melaului Penelitian, Dan Teori-teori yang di kumpulkan dari berbagai sumber pustaka, maka dapat di analisis bahwa strategi-strategi pemasaran yang di terapkan merupakan strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yaitu produk (*produck)* harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*) .

Data yang telah di peroleh melalui penelitian lapangan dan mengumpulkan teori-teori dari berbagai sumber, maka dapet di analisis bahwa KUBE Wanita Mandiri dalam memasarkan produk menggunakan bauran pemasaran.

 Hasil wawancara dengan ketua KUBE Wanita Mandiri Bandar Lampung, strategi yang di gunakan dalam bisnis adalah strategi produk dan strategi promosi.

Peningkatan penjualan yang terjadi pada produk KUBE tentu kaitan nya dengan pemasaran produk KUBE. Setelah penulis mengumpulkan refresensi pada bab II dan memproleh data KUBE pada bab III, di dapati analisis terkait strategi pemasaran yang diterapkan pada KUBE Wanita Mandiri dalam upaya meningkatkan penjualan penjualan produk sebagai berikut :

62

1. Strategi produk (*produck*)

Produk adalah sesuatu yang dapat di tawarkan pada suatu pasar guna mendapatkan perhatian untuk di miliki, di gunakan, di konsumsi yang dapat memuaskan kebutuhan. Suatu produk dapat berupa suatu benda, jasa, dan keinginan lain untuk melukiskan sesuatu yang dapat memenuhi keinginan dalam kube ini lebih menjual produk kerajinan tangan koran bekas yang beda. Karena produk yang kube produksi jauh lebih murah dan produk nya pun tidak sama dengan produk di pasaraan. Ini lah yang membuat produk KUBE berbeda.

1. Menciptakan merek

Di KUBE Wanita Mandiri menggunakan merek KUBE untuk setiap Produk yang di jual yang di letakan di bagian depan produk, hal ini bertujuan agar merek mudah di kenal masyarakat dan memiliki *brand* agar konsumen lebih muda dalam mengenali dan membedakan produk KUBE dengan produk di pasaran. Tapi pada kenyataan nya penciptaan merek ini tidak maksimal.

1. Menciptakan Kemasan

Yakni berupa produk seperti tempat tisu, guci, vas bunga, tudung saji, toples, temoat sampah dan masih banyak lagi di ciptakan dengan kualitas produk yang sangat cantik dan menarik agar konsumen berminta untuk membeli produk KUBE Wanita Mandiri. Produk KUBE juga banyak menggunakan warna- warna yang terang hal ini di maksudkan untuk menarik konsumen.

1. Inovasi

Produk KUBE Wanita Mandiri sangat inovasi dalam membuat nya. Model- model kekinian di buat sedemikian rupa. Sangat *uptade* dalam menganalisa segmentasi pasar dengan mengikuti perkembangan zaman atau trend yang ada di masyarakat dan terus menerus memberikan pembaharuan terhadap produk dengan desain yang lucu-lucu yang membuta berbeda dari produk di pasaran.

1. Stategi harga(*price*)

 Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan marketing mix, penentu harga sangat menjadi penting untuk di perhatikan, mengingat hargavmerupakan salah satu penyebab laku atau tidaknya produk. Salah satu penentu harga akan berakibat fatal tehadap produak yang di tawarkan yang berakibat fatal terhadap produk hasilnya tidak menutup kemungkinan produk tersebut nnti nya tidak laku di pasaran.

 Dengan penentdan harga yang merupakan hal yang penting dalam sebuah perusahaan untuk bertahan hidup, memaksimalkan harga dan menambah market shrare dan mutu produk yang berkualitas tinggi. Harga merupakan indikator dari barang dalam menetapkan yang di berikan mulai dari harga Rp.5.000,- hingga harga Rp.200.000,- Bila di bandingkan dengan produk lainnya yang ada di pasaran.

 Bila di bandingkan dengan produk yang ada di pasar bambu kuninh harganya cukup tinggi. Mulai dari harga Rp.30.000,- sampai dengan Rp. 500.000,- namun bila di lihat dari harga tidak sesuai dengan kualitas produk yang sedang. Produk mudah rapuh dan warna pudar dan produk mudah di temukan di pasaran,

Berdasarkan dari segi harga maka produk KUBE merupakan harga standar , bahkan banyak produk yang sejenisnya harganya lebih tinggi tetapi tidak menonjolkan kualitas dan brand sendiri.

Sedangkan harga yang di berikan oleh KUBE Wanita Mandiri sangat sesuaai dengan kualitas yang sangat tinggi dan produk langka banyak di temui di pasaran. Harga bagi kalangan ekonomi menengah ke bawah sangatlah terjangkau tidak terlalu mahal dan sesuai dengan penndapatan.

1. Strategi Tempat *( Place* )

 Kemudahan dalam berbelanja juga menjadi pertimbangan penting bagi konsumen saat ini. Konsumen mencari tempat belanja yang terjangkau bagi dari segi harga maupun dari segi tempat dengan produk yang berualitas. Sebagaimana distribusi di bab II menjelaskan bahwa lokasi berseta sarana dan prasarana merupakan pendukung yang sangat penting, hal ini di sebabkan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta barang atau jasa tersebaut dapat memberikan rasa nyaman dan aman pada seluruh konsumen nya.

Produk yang telah di hasilkan oleh suatu perusahaan akan lebih berguna bagi konsumen apabila produk tersebut tersedia pada tempat di mana saja konsumen membutuhkan. KUBE Jalan Urib sumoharjo No.67 Way Halim Bandar Lampung. Lokasi ini sangat strategis untuk jalan di lewati dari berbagi kalangan masyarakat sehinggha arus lalu lintas menduking untuk di singgahi.

1. Stategi Promosi *( promotion* )

Sebgaimana yang tertera di bab II segala kegiatan manajerial yang mendorong dan mencapai penjualan barang dan jasa salah satu nya adalah promosi. Promosi merupakan suatu usaha perusahaan tau individu memberikan informasi dan mempengaruhi serta menarik konsuman secara langsung terhadap peodek yang di hasilkan. Promosi cara efektif dalam merebut di pasaran. Serta memperkenalkan barang-barang baru yang di produksi.

KUBE meggunakan promosi di media sosial, dengan kegiatan tersebut bertujuan mengenalakan informasi pada produk KUBE pada masyarakat akan kelebihannya, ciri khas yang di miliki KUBE Wanita Mandiri sehingga promosi tersebut dapat memberikan banyak informasi kepada masyarakat tentang keunggulan produk KUBE Wanita Mandiri sehingga konsumen tertraik untuk membeli produk.

Setelah menganalaisi teori dan penerapan 4 P ( bauran pemasaran ) serta data harga penjualan KUBE Wanita Mandiri, dapat di simpulkan bahwa bauran pemasaran sangat berperan penting dalam meningkatkan penjualaaan produk. Di mana 4 P ini angat penting dan saling berkaitan dan memiliiki peran masing-masing serta fokus yang berbeda dalam memasarkan produk KUBE Wanita Mandiri sehingha variabel ini di butuhkan seluruhnya dalam proses meningkatkan penjualan produk.

1. **Peranan Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kerajinan Tangan KUBE**.

Pada dasarnya semua strategi di terapkan pada KUBE meliputi strategi produk (*produck* ) dan stategi harga (*price*). Srategi ini mempunyai keunggulan masing-masing dalam meningkatkan penjualan produk produk kube, tetapi dari semua strategi yang telah di terapkan adalah semuanya telah diterapkan dalam meningkatkan volume penjualan.

Strategi produk merupakan langkah pertama yang memiliki peran penting dalam menarik konsumen untuk memutuskan pembeliaan. Peranan strategi produk merupakan suatu cara menetapkan dan penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, sehingga dapat memuaskan para konsumennya dan meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang, melalui peningkatan penjualan dan peningkatan *share* pasar.

Produk adalah metode bauran pemasaran pertama yang di nilai sangat berperan terhadap penjualan produk. Konsumen banyak yang melakukan pembelian karena melihat KUBE Wanita Mandiri dan usaha dalam mencipatakan produk yang erbaru dan kekinian sangat *update.*

Dalam menganalisis segmentasi pasar Kube sangat mengikuti perkembangan zaman sehingga masyarakat akan terus menerus memberikan pembaharuan produk dengan desain dan motif yang di ciptakan sendiri. Dengan berbgai macam lintiingan kertas dan cat yang ramah lingkungan.

KUBE Wanita Mandiri juga membuat ciri khas lain dengan menggunakan nama produk yang unik dengan bentuk produk yang lucu contoh nya saa toples dengan bentuk cropi dan miniatur sepedah dengan buket bunga yang di ada di boncengan ini membuat peningkatan penjualan produk.

Startegi promosi adalah metode bauran pemasaran ini metode kedua setelah strategi produk yang paling berpengaruh dalam menarik kosumen untuk memutuskan pembelian. Dengan berbagai strategi yang di terapkan oleh KUBE Wanita Mandiri ternyata konsumen lebih banyak melakuan pembelian produk. Pada waktu pameran di dinas sosial banyak konsumen yang membeli dan gtertarik karena harga nya murah dan bentuk nya lucu-lucu. Pada tabel 1 pada bab III, dapat di ketahui bahwa hasil penjualan selama 3 tahun terakhir mengalami peningkatan setelah meningkatka kreatifitas dalam stategi produk KUBE dan srtategi promosi.

Berdasarkan analisi di atas telah di paparkan dapat di ketahui bahwa penjualan produk KUBE Wanita Mandiri pada tiga tahun lebih ini mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini di karenakan KUBE Wanita Mandiri Way Halim Bandar Lampung semakin terus- menerus dalam mempromosika produk, membuat inovasi- inovasi baru untuk produk dan telah berhasil menerapakan strategi bauran pemasaran dalam memasarkan produk, sehingga penjulan semkain meningkat dan stabil. Maka dapat di mabil kesimpulan bahwa strategi promosi dan strategi produk sangat memiliki peran penting dalam upaya meningkatkan penjulan produk KUBE Wanita Mandiri Way Halim Bandar Lampung.