

# Marketing Strategy Analysis To Increase Sale Of Sumber Rezeki Putra Banana Products

Nining Kurniasih<sup>1</sup>, Cahya Fadyah<sup>2</sup>, Dea Lestari<sup>3</sup>, Desti Sulistiawati<sup>4</sup>, Lutfi Aulia Nurfadilah<sup>5</sup>  
<sup>12345</sup>Universitas Sebelas April Sumedang

[Nining.feb@unsap.ac.id](mailto:Nining.feb@unsap.ac.id), [cahyafidiah@gmail.com](mailto:cahyafidiah@gmail.com), [deaalstt212@gmail.com](mailto:deaalstt212@gmail.com), [sulistiawatidesti204@gmail.com](mailto:sulistiawatidesti204@gmail.com),  
[aualiautfi007@gmail.com](mailto:aualiautfi007@gmail.com)

---

## Article Info

### Article history:

Received Nov 29, 2024

Revised Jan 28, 2025

Accepted Apr 13, 2025

### Keywords:

Marketing Strategy,  
Banana Sale Products  
Sumber Rezeki Putra,  
Marketing Mix

## ABSTRACT

The food industry in Indonesia is experiencing rapid growth, driven by economic development and changes in people's lifestyles. One product that has attracted attention is sale, which now has a wide market share. However, Sale Sumber Rezeki Putra, as a sale producer, is facing major challenges due to intensifying competition and changing consumer preferences. Despite its great potential, the company must adapt quickly to maintain its market share. Some of the problems faced include the large number of competitors offering similar products, changes in the flavors and packaging desired by consumers, and limitations in existing marketing strategies. Distribution constraints and fluctuating raw material prices also pose significant challenges to operational efficiency. This research aims to analyze the current marketing strategy implemented by Sale Sumber Rezeki Putra, as well as identify internal and external factors that affect the effectiveness of the strategy. In addition, this research will also explore new marketing strategies that can be optimized to significantly increase sales. It is expected that the results of this study can provide valuable insights to improve and develop the company's marketing strategy to be more competitive in a dynamic market



Copyright © 2025 SINTESA. All rights reserved.

---

## Corresponding Author:

Nining Kurniasih

Program Studi Manajemen,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Jl. Angkrek Situ No.19, Kelurahan Situ, Kecamatan Sumedang Utara Sumedang 45323.

Email: [nining.feb@unsap.ac.id](mailto:nining.feb@unsap.ac.id)

---

## 1. INTRODUCTION

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan transformasi gaya hidup masyarakat, industri makanan Indonesia terus berkembang pesat. Dalam hal ini, banyak usaha makanan mulai berinovasi untuk memenuhi kebutuhan pasar yang semakin beragam. Produk sale, yang kini dikenal oleh masyarakat Indonesia, adalah salah satu jenis produk yang cukup populer dan memiliki pangsa pasar yang luas. Namun, meskipun memiliki potensi pasar yang besar, persaingan dalam industri makanan juga semakin ketat. Banyak pelaku usaha baru yang masuk ke pasar makanan, bersama dengan perubahan tren konsumen yang terus berkembang, menuntut bisnis untuk lebih teliti dalam memilih strategi pemasaran mereka. Sale Sumber Rezeki Putra adalah salah satu perusahaan yang turut berperan dalam industri ini, menghasilkan dan memasarkan berbagai macam barang untuk dijual. Dengan bertambahnya jumlah pesaing dan perubahan preferensi pelanggan, Sale Sumber Rezeki Putra menghadapi tantangan besar untuk mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan penjualan produk mereka. Untuk bertahan dan berkembang di pasar yang kompetitif ini, strategi pemasaran yang efektif menjadi kuncinya. Pemasaran yang efektif tidak hanya dapat meningkatkan pemahaman pelanggan tentang produk, tetapi juga dapat meningkatkan loyalitas dan mempertahankan pelanggan. Dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah, Perusahaan perlu memperhatikan berbagai faktor yang mempengaruhi efektivitas strategi pemasaran yang mereka terapkan, baik dari faktor internal seperti kualitas produk dan sumber daya manusia, maupun faktor eksternal seperti persaingan pasar, kondisi ekonomi, dan perubahan preferensi konsumen. Secara keseluruhan, meskipun Sale Sumber Rezeki Putra telah menjalankan berbagai strategi pemasaran dalam rangka meningkatkan penjualan, tantangan yang ada masih perlu diatasi dengan strategi yang lebih terarah. Mengingat pentingnya pemasaran dalam kelangsungan dan perkembangan usaha, penelitian mengenai strategi pemasaran yang tepat dan efektif untuk Sale Sumber Rezeki Putra sangat diperlukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru untuk memperbaiki dan

mengoptimalkan strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan agar mampu bersaing secara lebih kompetitif di pasar yang semakin dinamis.

### 1. Strategi Pemasaran

Menurut (Nurfajriah&Kristiana, 2020), Strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana perusahaan berharap dapat menciptakan nilai bagi customer dan dapat mencapai hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. Strategi pemasaran adalah rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu.

### 2. Bauran Pemasaran

Menurut (Hurriyati,2020), bauran pemasaran dapat di artikan sebagai unsur-unsur yang sangat penting untuk membentuk program pemasaran. Bagi perusahaan kunci untuk memperoleh profit yaitu dengan keputusan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

## 2. LECTURE STUDY

Menurut Setiawan dan Pratiwi (2023) Strategi Pemasaran Produk Sale Pisang Era Digital, Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan e-commerce dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan produk. Sale pisang. Promosi melalui influencer lokal juga terbukti efektif dalam menarik perhatian, Menurut Rahmawati (2022), Pengaruh Branding Terhadap Keputusan Pembeli Sale Pisang dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa branding yang kuat dan konsisten dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendorong penjualan. Strategi pemasaran yang melibatkan cerita produk dan keunikan lokal sangat disarankan. Sedangkan menurut Nugroho dan Lestari (2023), Faktor yang mempengaruhi penjualan sale pisang di pasar tradisional, penelitian mengungkapkan bahwa faktor harga, kualitas produk, dan lokasi penjualan sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Rekomendasi untuk strategi pemasaran mencakup penyesuaian harga dan peningkatan kualitas produk.

## 3. METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengedepankan metode observasi dan wawancara sebagai teknik pengumpulan data. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam dengan mempertimbangkan konteks dan perspektif subjektif dari individu yang terlibat. Method Pendekatan Systematic Literature Review (SLR) digunakan untuk menyusun artikel ini, yang membutuhkan penelusuran sumber pustaka melalui empat basis data yaitu Google Scholar dan Sage, dengan pembatasan tahun publikasi di 2019 sampai 2025. Metode ini membuat peneliti dapat memahami sepenuhnya seberapa baik iklan televisi menjangkau pemirsa di Indonesia. Perencanaan penelitian, penilaian pelaksanaan penelitian, dan pelaporan temuan penelitian adalah langkah yang terlibat dalam pemeriksaan literatur ini (Firdaus, Rohmah, & Munastiwi, 2024)

## 4. RESULT AND DISSCUSSION

### A. Strategi Pemasaran yang diterapkan oleh usaha Sale Sumber Rezeki Putra

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Sumber Rezeki Putra dalam memasarkan produk sale pisangnya menggunakan konsep 4P, yang meliputi Product, Price, Place, dan Promotion.

#### 1. Product (Produk)

Produk utama yang ditawarkan oleh Sumber Rezeki Putra adalah sale pisang yang menggunakan pisang ambon sebagai bahan baku utama. Pisang ambon dipilih karena rasanya yang manis dan teksturnya yang cocok untuk dibuat sale, memberikan cita rasa khas yang disukai banyak konsumen. Produk ini juga diproses dengan cara yang mempertahankan kualitas dan keaslian rasa pisang, sehingga menjadi pilihan cemilan yang sehat dan lezat.

#### 2. Place (Tempat)

Sumber Rezeki Putra berlokasi di Jalan Panyingkiran yang berada di daerah sumedang kota dan juga jalan raya yang memudahkan konsumen dari berbagai daerah untuk mengakses toko secara langsung. Selain itu, lokasi ini juga strategis karena dekat dengan pasar lokal sumedang yang ramai, memungkinkan produk ini dijangkau oleh banyak pelanggan. Tidak hanya mengandalkan penjualan langsung, usaha ini juga memperluas jangkauan pasar melalui saluran digital, seperti pengiriman pesanan melalui WhatsApp dan platform e-commerce lainnya. Hal ini mempermudah konsumen dari luar daerah atau yang tidak bisa mengunjungi toko secara langsung untuk tetap membeli produk dengan mudah.

#### 3. Price (Harga)

Sale Sumber Rezeki Putra menyediakan berbagai pilihan ukuran kemasan dengan variasi harga yang sangat terjangkau, mulai dari Rp 15.000 hingga Rp 60.000. Dengan berbagai pilihan harga tersebut, konsumen dapat menyesuaikan pembelian sesuai dengan kebutuhan dan anggaran mereka. Selain itu,

Sale Sumber Rezeki Putra juga menawarkan beragam variasi rasa yang menggugah selera, seperti sale stik, sale keju, dan sale edun. Setiap varian memiliki cita rasa yang unik dan nikmat, memberikan pilihan yang lebih luas untuk para pelanggan. Produk-produk ini dirancang untuk memenuhi berbagai selera dan kebutuhan konsumen, baik untuk konsumsi pribadi maupun sebagai oleh-oleh. Dengan harga yang kompetitif dan kualitas yang terjamin, Sale Sumber Rezeki Putra menjadi pilihan tepat bagi mereka yang mencari camilan enak dan terjangkau. Produk ini tidak hanya menawarkan kelezatan, tetapi juga kemudahan dalam memilih sesuai dengan budget yang dimiliki, menjadikannya solusi ideal untuk berbagai kebutuhan sehari-hari.

#### 4. Promotion (Promosi)

Dalam hal promosi, Sumber Rezeki Putra mengandalkan kekuatan word-of-mouth (promosi dari mulut ke mulut) yang sudah terbentuk sejak usaha ini berdiri pada tahun 2005. Masyarakat sudah mengenal kualitas produk yang konsisten, yang membuat mereka tetap loyal dan merekomendasikannya kepada orang lain. Selain promosi tradisional, pemilik usaha juga memanfaatkan media sosial dan aplikasi pesan instan seperti WhatsApp untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, terutama di kalangan generasi muda yang lebih aktif di dunia digital. Promosi melalui WhatsApp memungkinkan pemilik usaha untuk langsung berinteraksi dengan pelanggan, memberikan informasi terbaru tentang produk. Selain itu, usaha ini juga terkadang mengadakan diskon musiman atau promo bundling untuk menarik minat konsumen baru dan mempertahankan pelanggan lama.

### **B. Faktor Internal dan Eksternal yang mempengaruhi efektivitas strategi pemasaran Sale Sumber Rezeki Putra**

#### a. Faktor Internal

- Sumber Daya Manusia (SDM): Kualitas tenaga kerja di dalam usaha ini, mulai dari staf pemasaran hingga manajemen yang dilakukan pemilik sendiri, memainkan peran penting dalam keberhasilan strategi pemasaran. SDM yang kompeten akan lebih mampu mengidentifikasi kebutuhan pasar, membangun hubungan dengan pelanggan, dan menjalankan strategi pemasaran secara efektif.
- Kualitas Produk: Kualitas produk sale yang ditawarkan harus konsisten dan memenuhi ekspektasi pelanggan. Produk yang memiliki cita rasa khas, bahan baku berkualitas seperti menggunakan minyak kemasan yang premium dalam penggorengan, dan kemasan menarik akan meningkatkan daya saing dan mendukung efektivitas pemasaran.
- Anggaran Pemasaran Ketersediaan anggaran yang cukup untuk kegiatan pemasaran seperti iklan, promosi, atau pengembangan platform digital sangat mempengaruhi jangkauan dan efektivitas strategi pemasaran.
- Manajemen dan Kepemimpinan Pemimpin usaha yang memiliki visi strategis akan dapat mengarahkan tim pemasaran dengan baik. Manajemen yang fleksibel dan adaptif terhadap perubahan pasar juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan strategi pemasaran.

#### b. Faktor Eksternal

- Persaingan Pasar  
Kehadiran pesaing yang menawarkan produk serupa memengaruhi bagaimana Sale Sumber Rezeki Putra merancang strategi pemasaran. Diferensiasi produk, seperti rasa unik atau promosi kreatif, menjadi penting untuk menarik perhatian konsumen.
- Perubahan Tren Pasar  
Preferensi konsumen yang terus berubah, seperti tren makanan sehat atau produk berbasis lokal, harus diikuti oleh UMKM. Sale Sumber Rezeki Putra dapat mempertimbangkan untuk menghadirkan varian baru seperti Sale Pisang Keju yang mengikuti tren ini.
- Kondisi Ekonomi  
Situasi ekonomi, seperti daya beli masyarakat, inflasi, atau resesi, memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dalam kondisi ekonomi sulit, UMKM perlu menyesuaikan harga atau menawarkan promosi menarik untuk menjaga minat konsumen.
- Perkembangan Teknologi  
Teknologi pemasaran seperti media sosial, marketplace, dan analisis data dapat memperluas jangkauan pemasaran. Teknologi juga membantu dalam memahami perilaku konsumen dan merancang kampanye pemasaran yang lebih tepat sasaran.
- Regulasi Pemerintah  
Peraturan pemerintah terkait standar produk, izin usaha, atau pajak dapat memengaruhi strategi pemasaran. Kepatuhan terhadap regulasi ini sangat penting agar UMKM tetap dapat beroperasi tanpa hambatan hukum. Dalam UMKM ini sudah memiliki Nomor Induk Usaha yaitu 2705220050033 dan juga P-IRT No. 214321101016118

- **Faktor Sosial dan Demografi**  
Perubahan gaya hidup, kebiasaan konsumsi, dan struktur demografis (seperti meningkatnya konsumen muda atau urbanisasi) memengaruhi strategi pemasaran. Sale Sumber Rezeki Putra perlu memastikan bahwa pesan dan produk mereka relevan dengan kelompok target yang diinginkan.

### **C. Strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk secara signifikan**

Untuk meningkatkan penjualan produk Sale Sumber Rezeki Putra secara signifikan, strategi pemasaran yang dapat dioptimalkan melibatkan berbagai pendekatan yang menyeluruh dan adaptif terhadap kebutuhan pasar. Salah satu yang paling penting adalah memperkuat branding digital melalui penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook dan TikTok. Konten kreatif, seperti cerita di balik proses pembuatan sale atau video pendek yang menarik, dapat digunakan untuk meningkatkan daya tarik produk. Selain itu, iklan berbayar yang menargetkan audiens tertentu akan membantu memperluas jangkauan promosi. Mengembangkan kemitraan dengan influencer juga merupakan langkah yang efektif. Influencer yang memiliki pengikut sesuai target pasar dapat mempromosikan produk melalui ulasan atau demonstrasi unik, seperti menggunakan produk dalam resep masakan. Strategi ini membantu menciptakan kredibilitas dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk. Di sisi lain, diversifikasi produk menjadi penting untuk memenuhi preferensi konsumen yang terus berkembang. Penambahan varian rasa baru, seperti coklat atau madu, dapat menarik perhatian konsumen baru. Penggunaan kemasan ramah lingkungan atau pengembangan produk rendah gula juga dapat menarik segmen pasar yang peduli dengan kesehatan dan lingkungan. Penjualan online perlu dioptimalkan dengan mengandalkan platform e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia. Deskripsi produk yang menarik, foto berkualitas tinggi, serta promosi eksklusif seperti diskon atau gratis ongkir akan menarik lebih banyak pembeli. Selain itu, membangun website resmi yang mudah diakses dengan fitur pembayaran dan pengiriman yang beragam dapat meningkatkan pengalaman konsumen. Tidak kalah penting, Sale Sumber Rezeki Putra juga perlu mendorong konsumen untuk memberikan ulasan positif dan menampilkan testimoni tersebut sebagai bagian dari upaya membangun kepercayaan calon pelanggan baru. Akhirnya, analisis data konsumen harus menjadi dasar dalam merancang strategi pemasaran. Data mengenai pola pembelian, tren pasar, dan preferensi konsumen dapat digunakan untuk merancang kampanye yang lebih efektif. Dengan menggabungkan pendekatan digital, diversifikasi produk, optimalisasi penjualan online, dan pengelolaan hubungan pelanggan yang baik, perusahaan dapat meningkatkan penjualan secara signifikan dan mempertahankan daya saing di pasar.

### **D. Dampak Penerapan Strategi Pemasaran terhadap Peningkatan Penjualan di Sale Sumber Rezeki Putra**

Penerapan strategi pemasaran yang efektif memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan penjualan produk di Sale Sumber Rezeki Putra. Berikut adalah beberapa aspek yang menjelaskan bagaimana strategi ini dapat berkontribusi pada pertumbuhan penjualan:

1. **Peningkatan Kesadaran Merek** Salah satu langkah awal dalam strategi pemasaran adalah meningkatkan kesadaran merek. Melalui kampanye promosi yang terarah, baik melalui media sosial, iklan online, maupun kegiatan offline seperti bazaar atau pameran, Sale Sumber Rezekii Putra dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Ketika konsumen lebih mengenal merek, kemungkinan mereka untuk melakukan pembelian juga meningkat. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kotler dan Keller (2016), kesadaran merek yang tinggi berhubungan langsung dengan keputusan pembelian konsumen.
2. **Segmentasi dan Penargetan Pasar** Dengan melakukan segmentasi pasar, perusahaan dapat mengidentifikasi kelompok konsumen yang paling relevan untuk produk mereka. Misalnya, jika Sale Sumber Rezekii Putra menjual produk makanan lokal, mereka dapat menargetkan segmen pasar yang menghargai produk lokal dan organik. Strategi ini memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan pesan pemasaran dan penawaran produk sesuai dengan kebutuhan dan preferensi spesifik dari segmen tersebut. Hal ini tidak hanya meningkatkan efektivitas pemasaran tetapi juga memperkuat hubungan dengan pelanggan.
3. **Penggunaan Media Sosial dan Digital Marketing** Di era digital saat ini, pemanfaatan media sosial dan platform digital lainnya menjadi sangat penting. Dengan menggunakan strategi digital marketing seperti SEO (Search Engine Optimization), iklan berbayar di media sosial, dan konten menarik, Sale Sumber Rezekii Putra dapat menjangkau pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Menurut laporan dari Hootsuite (2023), penggunaan media sosial yang efektif dapat meningkatkan engagement dengan pelanggan hingga 60%, yang pada gilirannya dapat mendorong peningkatan penjualan.

4. Feedback Pelanggan dan Penyesuaian Strategi Mengumpulkan umpan balik dari pelanggan setelah penerapan strategi pemasaran sangat penting untuk perbaikan berkelanjutan. Dengan memahami apa yang disukai dan tidak disukai oleh pelanggan, Sale Sumber Rezeki Putra dapat menyesuaikan produk dan layanan mereka agar lebih sesuai dengan harapan pasar. Penyesuaian ini tidak hanya membantu dalam mempertahankan pelanggan tetapi juga menarik pelanggan baru

## 5. CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif ini, dapat disimpulkan bahwa hasil wawancara dengan informan pemilik usaha, dan konsumen. Peneliti menyimpulkan bahwa strategi pemasaran pada sale pisang Sumber Rezeki Putra adalah sebagai berikut:

1. Menjaga kualitas produk Menjaga kualitas produk adalah hal yang sangat penting di lakukan , kualitas produk yang baik akan menghasilkan hasil yang baik , sale pisang Sumber Rezeki Putra mempertahankan kualitas produk yaitu dengan menjaga rasa produk, pengemasan yang rapi dan juga bervariasi adalah salah satu hal penting dalam memasarkan sebuah produk.
2. Kualitas pelayanan Sale pisang Sumber Rezeki Putra juga melakukan pelayanan dengan baik terhadap konsumen selalu bersikap ramah dan melayani pembeli dengan hati sale pisang juga memasarkan produk nya dengan menggunakan media sosial seperti whatsapp.
3. Harga Harga pada produk sale pisang Sumber Rezeki Putra cukup murah hingga dapat di jangkau dari berbagai macam kalangan adanya potongan harga pada setiap pembelian dengan jumlah banyak hal ini juga mempengaruhi peningkatan penjualan .

## UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyelesaian Laporan ini, penyusun mendapat banyak dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Yth. Bapak Aa Kartiwa S.Pd., M.M selaku dosen pengampu mata kuliah Ekonomi Manajerial.
2. Yth. Bapak Iwan selaku pemilik UMKM Sale Sumber Rezeki Putra yang telah mengizinkan penyusun untuk melakukan observasi.
3. Teman Mahasiswa dan semua pihak yang telah membantu dalam pembuatan laporan ini.
4. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

## REFERENCES

- Firdaus, U. R., Rohmah, L., & Munastiwi, E. (2024). Strategi Guru Dalam Menstimulasi Kecerdasan Finansial Sejak Dini: Systematic Literature Review. *JEA (Jurnal Edukasi AUD)*, 10(2), 71–82. <https://doi.org/10.18592/jea.v10i2.13297>
- Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 201 Winardi. *Manajemen Pemasaran dan Penjualan*, (Bandung: Sinar Baru, 1981), h. 134
- Oentoro, Deliyanti. 2010. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laksbang Pressindo
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behavior: Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran* Jilid 2. Edisi 4. Jakarta: Erlangga.