

STRATEGI PEMASARAN BINGKAI KALIGRAFI ISLAM DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PRODUK DIKALANGAN MASYARAKAT PALEMBANG

Nuha Nabila Aswari, Muhamad Zen, Fatmawati

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Email: nuha_nabila23@mhs.uinjkt.ac.id, zen@uinjkt.ac.id, fatmawati@uinjkt.ac.id

Kata kunci

Strategi Pemasaran,
Bingkai Kaligrafi
Islam, Kualitas
Produk

Abstrak

Kaligrafi Islam ialah seni tulisan indah yang memiliki nilai estetika dan spiritual tinggi dalam budaya Islam. Di daerah Palembang, seni kaligrafi Islam memiliki tempat yang penting dalam kehidupan masyarakatnya. Namun, untuk meningkatkan apresiasi dan kualitas produk kaligrafi Islam di kalangan masyarakat Palembang, memerlukan strategi pemasaran yang tepat agar lebih meningkat tingkat peminatnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan kualitas produk kaligrafi Islam di Palembang. Metode penelitian yang digunakan penelitian kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi langsung terhadap pemilik usaha UKM Bingkai Kaligrafi Al Palembang serta konsumen di Palembang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa strategi pemasaran yang meningkatkan kualitas produk kaligrafi Islam di kalangan masyarakat Palembang. Pentingnya edukasi untuk meningkatkan pemahaman masyarakat akan nilai-nilai dan makna di balik kaligrafi Islam. Kemudian pemanfaatan media sosial sebagai platform untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan eksposur produk kaligrafi. Selanjutnya, kerja sama dengan lembaga keagamaan dan budaya untuk meningkatkan legitimasi produk kaligrafi Islam. Dan yang terakhir, inovasi dalam desain dan teknik produksi untuk menarik minat konsumen yang lebih luas. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang efektif, diharapkan dapat meningkatkan apresiasi dan kualitas produk kaligrafi Islam di Palembang, serta mendukung pengembangan industri kreatif lokal. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran yang relevan dengan karakteristik budaya dan pasar lokal, khususnya dalam konteks seni kaligrafi Islam di Palembang.

Keywords

Marketing Strategy,
Islamic Calligraphy,
Product Quality

Abstract

Islamic calligraphy is the art of beautiful writing which has high aesthetic and spiritual value in Islamic culture. In the Palembang area, the art of Islamic calligraphy has an important place in people's lives. However, to increase the appreciation and quality of Islamic calligraphy products among the people of Palembang, appropriate marketing strategies are needed to increase the level of interest. This research aims to identify and analyze effective marketing strategies in improving the quality of Islamic calligraphy products in Palembang. The research method used was descriptive

qualitative research, with data collection techniques through in depth interviews and direct observation of Al Palembang Calligraphy UKM business owners and consumers in Palembang. The research results show that there are several marketing strategies that improve the quality of Islamic calligraphy products among the people of Palembang. The importance of education is to increase people's understanding of the values and meaning behind Islamic calligraphy. The use social media as a platform to expand market reach and increase exposure of calligraphy products. Furthermore, collaboration with religious and cultural institutions to increase the legitimacy of Islamic calligraphy products. And finally innovation in design and production techniques to attract wider consumer interest. By implementing an effective marketing strategy, it is hoped that it can increase the appreciation and quality of Islamic calligraphy products in Palembang, as well as support the development of the local creative industry. This research contributes to the development of marketing strategies that are relevant to local cultural and market characteristic, especially in the context of Islamic calligraphy art in Palembang.

Pendahuluan

Pada zaman sekarang sudah banyak usaha yang ada namanya pesaing, pesaing menuntut para pemilik usaha untuk selalu memiliki strategi dalam dunia bisnis, agar dapat bertahan dan terus berkembang dengan inovasi setiap yang memiliki usaha tersebut. Strategi pemasaran kaligrafi Islam dalam meningkatkan kualitas produk di kalangan masyarakat Palembang, yaitu bisa menggunakan strategi pemasaran online menggunakan platform seperti facebook, instagram, dan whatsapp untuk mengikuti trend dan kegiatan masyarakat Palembang, ini akan mempermudah masyarakat untuk mencari produk kaligrafi Islam dan membantu meningkatkan kualitas produk melalui ulasan dan pengalaman yang diberikan oleh masyarakat. Dalam hal ini adanya pengembangan kualitas produk dalam meningkatkan kualitas produk kaligrafi Islam dapat dilakukan dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas tinggi, menggunakan teknologi terbaru, dan mengembangkan desain yang unik dan menarik. Selanjutnya pengembangan kepemimpinan dan pelatihan meningkatkan kualitas produk kaligrafi Islam juga dapat dilakukan melalui pengembangan pelatihan dan kemahiran masyarakat Palembang. Ini dapat dilakukan melalui program kursus, seminari, dan pelatihan yang dapat membantu masyarakat untuk memperbaiki kemahiran dan kreativitas dalam kaligrafi Islam. Pengembangan jaringan kerjasama bisa dilakukan dengan pengusaha, pengembangan, dan masyarakat lain yang berhubungan dengan kaligrafi Islam dan cara meningkatkan kualitas produk. Dalam pengembangan strategi pemasaran kaligrafi Islam, penting untuk mengikuti trend dan kegiatan masyarakat Palembang, meningkatkan kualitas produk. Dalam pengembangan strategi ini pemasaran kaligrafi Islam Penting untuk mengikuti trend dan kegiatan masyarakat Palembang, meningkatkan kualitas produk, mengembangkan pelatihan dan kemahiran, serta mengembangkan jaringan kerjasama. Dalam hal ini langkah ini membantu meningkatkan kualitas produk kaligrafi Islam dan memperkuat posisi bisnis dalam pasar.¹

¹ Mudrajad Kuncoro, "Metodologi Riset Untuk Bisnis & Ekonomi", (Jakarta : Erlangga, 2022), h. 17-30.

Dalam tingkat usaha ini adanya persaingan ketat yang melibatkan banyak pelaku usaha tentunya para pelaku usaha mampu berinovasi dan beradaptasi mengenai perkembangan dan kondisi bisnis sekarang. Dalam menghadapi pesaing pada zaman sekarang kita mampu kreatif dalam meningkatkan usaha kita agar tidak ada ketinggalan. Dalam menghadapi pesaing juga perlu strategi yang baik untuk membantu pemilik usaha mengantisipasi dampak dari peristiwa tersebut dan mampu bersaing. Strategi ialah rencana yang dikembangkan oleh seorang eksekutif perusahaan yang berfokus pada tujuan jangka panjang yang akan meningkatkan kualitas bisnis perusahaan. Tentunya dalam setiap bisnis dia memiliki strategi untuk melancarkan bisnis yang telah dia buat. Strategi memegang peran penting dalam melancarkan bisnis yang telah dibuat. Strategi pemasaran adalah bentuk perencanaan yang ditemukan di bidang pemasaran. Secara umum pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lain. pemasaran ini mampu berusaha untuk memperoleh tanggapan dalam suatu penawaran.²

Masyarakat Palembang juga dalam memenuhi kebutuhan hidupnya memanfaatkan lingkungan disekitarnya dengan menciptakan kreasi sandang dan pangan. Pemanfaat lingkungan tersebut bisa kita lihat dari sumber daya alam di Palembang sendiri yang memilih kekayaan alam berupa pertanian, pertambangan, perhutanan, perikanan dan perkebunan. Lingkungan perhutanan menghasilkan area hutan yang cukup luas dengan menghasilkan kayu-kayu berkualitas yang terdiri dari berbagai jenis pohon, seperti pohon ulin, tembesu, medang, meranti, merawan, dan leban, sehingga pemanfaat hasil kayu digunakan secara berkelanjutan untuk memenuhi kebutuhan hidup sandang dan pangan. Seni kerajinan bingkai kaligrafi ini memiliki potensi besar dan bernilai tinggi bagi kemajuan masyarakat Palembang dan sekitarnya. Ragam bingkai yang di produksi di Kota Palembang dengan dikelola orang teknis mengukirnya saja, diiringi juga dengan kemampuan merancang motif-motif ukiran baru, sehingga dapat berkembang dan menghasilkan ciri khas ukiran yang berasal dari kota Palembang. Suatu metode perancangan raga hias ukiran yang baru, sederhana, dan mudah untuk dipelajari diharapkan mampu memberikan perubahan dan kemajuan dalam industry seni kerajinan bingkai kaligrafi dalam masyarakat Palembang dan sekitarnya. Ide atau gagasan yang dapat diungkapkan untuk menjadi inspirasi dalam perancangan motif-motif ukiran bingkai kaligrafi yang baru, dapat dihasilkan dalam berbagai jenis sumberdaya.

Strategi dalam pengembangan suatu kerajinan bingkai kaligrafi di kota Palembang memerlukan langkah-langkah tepat dan metode kreatif agar keutuhan seni tradisi tersebut tidak terkikis oleh waktu dan zaman. Suatu perencanaan dalam mengembangkan ide atau gagasan untuk menciptakan produk-produk kerajinan yang bermutu dan berkualitas tinggi,, dapat dilakukan dengan menciptakan langkah-langkah seperti berikut yang mementingkan pembangunan industry kreatif, meningkatkan kemampuan dan bakat dalam bersaing di era globalisasi saat ini, keterlibatan dari pihak-pihak yang terkait dalam instansi pemerintah khususnya dalam mendukung pendanaan, investasi, perlindungan hak cipta, dan menjalin ikatan komunikasi para pelaku industry kreatif serta membangun citra atau branding hasil karya dalam suatu pengrajin bingkai kaligrafi Palembang.

Dalam strategi pemasaran bingkai kaligrafi Islam dalam meningkatkan kualitas produk di kalangan masyarakat Palembang adalah satu dari beberapa masalah yang dihadapi oleh industry kaligrafi Islam dalam meningkatkan kualitas produk di kalangan masyarakat Palembang adalah salah satu dari beberapa masalah yang dihadapi oleh industry kaligrafi Indonesia. Industry kaligrafi di Indonesia adalah salah satu industry yang memiliki potensi

² Sofian Asauri, “*Manajemen Pemasaran*”, (Jakarta : Rajawali Pers, 2016). h. 70-75.

tinggi, terutama di kota-kota seperti Palembang, Yogyakarta, dan Solo. Namun, industry ini masih terdampangi oleh masalah kualitas produk yang tidak memadai. Masyarakat Palembang adalah salah satu dari beberapa masyarakat di Indonesia yang memiliki kreativitas tinggi dalam kaligrafi. Namun, masalah kualitas produk dan kekuatan pengalaman teknis masih menjadi masalah yang harus dihadapi. Strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan kualitas produk di kalangan masyarakat Palembang adalah meningkatkan kemampuan teknis dan kreativitas masyarakat tersebut, serta memperluas jaringan pemasaran melalui media sosial dan pasar luar negeri. Peluang usaha dalam kaligrafi di Palembang masih ada, terutama untuk masyarakat yang memiliki kreativitas masyarakat tersebut, serta memperluas jaringan pemasaran melalui media sosial dan pasar luar negeri.³

Kerjasama dengan instansi pendidikan dan kreatif adalah salah satu cara untuk mengembangkan kemampuan teknis dan kreativitas masyarakat Palembang. Pendidikan dan pelatihan yang efektif dapat membantu mengembangkan kemampuan teknis dan kreativitas masyarakat Palembang. Sistem harga yang efektif dapat membantu meningkatkan kualitas produk dan memperluas jaringan pemasaran. Pemasaran online dapat membantu mengembangkan jaringan pemasaran dan memperluas pasar bingkai kaligrafi di Palembang. Pada penelitian ini, peneliti memilih objek UKM yang mulai berkembang di daerah Palembang, apalagi usaha bingkai kaligrafi ini sangat banyak diminati orang, saat menjelang lebaran dan ini juga buat hiasan foto ataupun album dirumah. Peneliti juga meneliti objek tingkat penjualan, karena kaligrafi Al Palembang ini bukan cuman ditoko saja, melainkan mengedar dari daerah satu kedaerah lainnya. Berdasarkan pengamatan diketahui bahwa perkembangan usaha bingkai kaligrafi di kota Palembang berkembang pesat. Namun usaha UKM ini memiliki aneka jenis mulai dari harga Rp.20.000 sampai dengan jutaan rupiah dijual sesuai tingkat dan jenis bingkai tersebut. Hal ini tentu saja bisa meningkatkan kualitas produk daripada yang lainnya, semakin kita memberikan harga terjangkau maka semakin banyak dan berkembang pesat orang dalam menikmati hasil produksi kita tersebut.

Metode

Peneliti ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, jadi kualitatif ini ialah cara pendekatan dalam melakukan suatu observasi atau pengamatan yang memiliki orientasi pada kejadian atau peristiwa yang bersifat alamiah. Data primer dan data sekunder merupakan sumber data dalam penelitian ini. Dilakukan dengan menggunakan teknik observasi, dan wawancara. Analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan mendapatkan hasil penelitian yang baik. Menurut Creswell deskriptif ini menggambarkan sesuatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjabar dan berakhir dengan sesesuatu teori yang ada. Ada tiga tahap yaitu, reduksi data, penunjukkan data dan penarikan kesimpulan pada tahap ini peneliti meningkatkan kebenaran data sesuai penelitian dilapangan. Dan berakhir dengan menelusuri titik tengah informasi data yang ada dalam penelitian ini, studi kasus dalam penelitian ini lebih difokuskan dalam UKM Kaligrafi Di Palembang, dan membahas objek dan mengambil data dalam peningkatan dan penurunan UKM Al Palembangi tersebut.⁴

Hasil dan Pembahasan

Palembang memiliki kekayaan budaya dan nilai-nilai Islam yang kuat, sehingga dalam penelitian produk yang diproduksi dari pakembang memiliki kekayaan budaya dan nilai-nilai

³ Tony Wijaya, "Manajemen Kualitas Jasa", (Jakarta : Salemba Empat, 2021), h. 88-95.

⁴ Jusuf Soewadji, "Pengantar Metodologi Penelitian", (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2021), h. 51.

Islam yang kuat, pada produksi ini memiliki potensi yang yang besar dan tinggi. Kualitas produk yang sangat penting dalam membangun reputasi dan kepercayaan konsumen, terutama di pasar kompetitif seperti Palembang, dalam hal ini perlunya penguatan citra merek yang kuat dan terpercaya sangat penting untuk menarik minat konsumen dalam penjualan bingkai kaligrafi ini. Penjual bisa melakukan melalui strategi branding yang konsisten, seperti desain logo yang menarik dan kemasan produk yang menarik perhatian. Citra merek yang baik juga dapat diperkuat melalui penggunaan testimonial atau rekomendasi dari pelanggan yang puas, seorang penjual juga bisa melakukan dengan cara melakukan inovasi dalam desain bingkai kaligrafi Islam untuk memenuhi selera konsumen yang beragam. Misalnya, menggabungkan unsur-unsur tradisional dengan sentuhan modern atau menciptakan variasi desain yang baru untuk menarik segmen pasar yang lebih luas. Seseorang juga bisa memastikan bahwa bahan yang digunakan dalam pembuatan bingkai kaligrafi Islam adalah bahan yang berkualitas tinggi dan proses produksi dilakukan dengan standar yang tinggi pula. Hal ini akan membantu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk dan meminimalkan resiko atau keluhan. Dalam membuat bingkai kaligrafi sebaiknya ada mengedukasi konsumen tentang proses pembuatan bingkai kaligrafi Islam dan nilai seni serta maknanya dalam Islam. Hal ini dapat dilakukan melalui kampanye pemasaran online, workshop, atau kegiatan promosi lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan apresiasi konsumen terhadap produk. Kolaborasi dengan pengrajin lokal, untuk membangun citra dengan pengrajin lokal untuk memastikan kualitas produk dan mendukung pengembangan ekonomi lokal. Dengan melibatkan pengrajin lokal, kita juga dapat memastikan keaslian dan autentisitas produk bingkai kaligrafi Islam.

Pemasaran digital dengan cara memanfaatkan platform seperti media sosial situs web dan *marketplace* online untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kesadaran konsumen tentang produk. Melalui pemasaran digital, kita dapat menargetkan konsumen potensial secara lebih spesifik dan mengukur efektifitas kampanye dengan lebih baik. Seorang pengusaha kita harus mengembangkan program loyalitas untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan mendorong pembelian ulang. Program ini dapat berupa diskon khusus, hadiah, atau keuntungan lainnya bagi pelanggan setia. Dalam hal ini mengumpulkan umpan balik dari pelanggan secara teratur dan menggunakan informasi tersebut untuk melakukan perbaikan dan inovasi lebih lanjut pada produk. Dengan cara ini, kita dapat terus meningkatkan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang komprehensif dan berkelanjutan, bisa meningkatkan kualitas produk bingkai kaligrafi Islam dan memperluas pangsa pasar di Palembang serta memperkuat posisi merek konsumen seperti merek bingkai kaligrafi Al Palembang.⁵

Menjual bingkai kaligrafi ini dilakukan dari desa satu kedesa bukan hanya di daerah Palembang, melainkan dari daerah Sumatera Selatan yang dilakukan oleh UKM bingkai kaligrafi ini untuk bertahan hidup, dengan menjual dari berbagai daerah seseorang penjual memerlukan pendekatan yang beragam karena penjualan manca daerah, termasuk analisis pasar yang dilakukan perlu melakukan penelitian harga pasar di daerah terbut agar permintaan pasar untuk bingkai kaligrafi ini banyak di minati di masyarakat Sumsel. Seseorang penjual juga mempelajari minat masyarakat terhadap seni kaligrafi, kebiasaan pembeli dan preferensi desain. Dalam hal ini seseorang harus memiliki cara dalam pendekatan kultural, mengingat nilai budaya yang kuat di Sumatera selatan, penting untuk mempertimbangkan pendekatan kultural dalam pemasaran dan desain produk anda. Dapat membantu dalam membangun

⁵ Moekijat. "*Latihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*", (Bandung : Bandar Maju, 2019), h. 22-34.

hubungan yang lebih kuat dengan komunitas daerah setempat. Ada juga kita harus melakukan pertimbangan logistic dengan cara mengelola logistic pengiriman antar desa, termasuk pemilihan metode pengiriman yang tepat dan penanganan investaris yang efisien. Penjual juga harus memiliki pelayanan pelanggan dalam menyediakan responsive untuk memastikan kepuasan pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang. Dengan mengembangkan strategi yang kokoh ini juga bisa menjual UKM bingkai kaligrafi dari desa ke desa di Sumatera Selatan.

Perkembangan usaha bingkai kaligrafi di masyarakat Indonesia telah mengalami perubahan yang signifikan. Industry kecil yang produktif, seperti kerajinan pigura kaligrafi, memiliki potensial untuk pertumbuhan ekspor melalui peningkatan pasar yang kompetitif. Usaha kaligrafi sendiri menjadi peluang besar dalam memajukan perekonomian di era sekarang, dengan mengedepankan ide ide unik dan keterampilan tersendiri dari pelaku usaha. Seni kaligrafi di Indonesia, yang lebih dikenal dengan kaligrafi Arab, telah menjadi salah satu peninggalan sejarah kerajaan-kerajaan Islam di Indonesia. Usaha kaligrafi ini memiliki seni tersendiri, yang dianggap penting di tuangkan dalam proses kerjanya, dan banyak pelaku usaha yang menjual hasil karyanya dengan harga yang cukup mahal. Usaha kaligrafi juga memanfaatkan teknologi dan menggunakan bahan substitusi, seperti fiber menjadi kayu alternative dan bahan kuningan diganti dengan bahan foil, yang mengurangi resiko karat atau jamur. Produk pigura kaligrafi jugasangat beragam, dan terdapat inventarisasi dan pengkodean melalui katalog secara manual atau komputerisasi. Peningkatan pendapatan UMKM dalam usaha kaligrafi juga merupakan tujuan dan usaha kaligrafi ini dapat dijual melalui tokoh-tokoh kecil, pasar tradisional atau melalui teknologi informasi.⁶

Pada perkembangan usaha kaligrafi di masyarakat memiliki beberapa faktor-faktor yang mempengaruhinya yaitu, perkembangan seni kaligrafi Arab yang dikenal umumnya di Indonesia telah mendapat posisi dan sudah di bawa serta dikenalkan pada masa kerajaan-kerajaan Islam di Indonesia, sehingga menjadi salah satu peninggalan sejarah. Pengaruh ekspansi kekuasaan Islam yang meluas ke wilayah baru dan proses arabisasi di wilayah tersebut menciptakan urbanisasi besar-besaran, yang menyebabkan perkembangan gaya kaligrafi yang pesat. Pengaruh kesadaran ritual keberagaman melalui seni kaligrafi, manusia dapat mengetahui hakekat yang maha kuasa, dan nilai-nilai Al-Qur'am yang diaplikasikan kehidupan sesuai dengan ayat-ayat yang tertulis dalam kaligrafi.

Pengaruh kemandirian kemandirian yang dicapai oleh individu atau masyarakat dalam mengikuti proses belajardan mengembangkan kemampuan menggoreskan kalam Allah dalam bentuk seni kaligrafi dapat membantu mencapai pemecahanmasalah-masalah yang dihadapi. Pengaruh teknologi pengaruh teknologi dalam pemasaran di era sekarang memang sudah menjadi penggerak utama dalam keberhasilan bisnis kaligrafi, sehingga usaha kaligrafi menggunakan teknologi handphone sebagai media pemasaran agar bisnis lebih banyak dikenaloleh banyak orang.Pengaruh perkembangan kaligrafi global tentang perkembangan kaligrafi di seluruh dunia seperti kemunculan karya kaligrafi melalui media kaca atau kanvas, dan juga batik, menciptakan berbagai model kaligrafi yang bermanfaat untuj pengembangan usaha kaligrafi.pengaruh kreativitas dan produksi estetis Al-Qur'an menjadi inspirasi dan bentuk ekspresi untuk kaligrafi, yang memiliki sifat agung agung selaras dengan ruang dan waktu. Dalam perkembangan usaha kaligrafi, faktor-faktor ini memiliki peran penting dalam

⁶ Kevin L, "Manajemen Pemasaran", (Jakarta : Erlangga, 2018). h. 55-659.

membentuk desain, kualitas, dan pemasaran produk kaligrafi, serta dalam mengembangkan kemampuan kaligrafi.⁷

Usaha bingkai kaligrafi ini dilakukan di rumah biasanya, masyarakat Palembang lebih tertarik dan banyak pilihan untuk menikmati hasil karya ini, dalam penjualan bingkai kaligrafi Palembang ini, biasanya UKMK buka mulai dari jam 08.00-17.00, kalau penjualan ini menjual ragam jenis dan harga yang ragam pula, mulai dari ragam jenis harga mulai dari Rp. 20.000 sampai dengan jutaan rupiah sesuai jenis penjualan bingkai disini. Bisnis penjualan kaligrafi dari rumah, lakukan riset pasar untuk memahami permintaan dan persaingan di pasar lokal. Target pasar yang bersedia bayar, perencanaan produk sesuai dengan kualitas atau selera pasar, dalam usaha ini pengusaha harusnya membangun stok dari mana kita harus memiliki barang yang cukup banyak agar tidak kehabisan, branding juga digunakan dalam usaha bingkai di rumah ini misalnya memiliki merek untuk bisnis anda, termasuk desain logo, kemasan produk, dan identitas visual lainnya yang membedakan dari pesaing.

Platform penjual dapat dilakukan menjual secara online melalui situs web e commerce, platform seperti Etsy, atau menggunakan media sosial untuk mempromosikan dan menjual produk anda. Strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau target pasar. Dalam hal ini meliputi penggunaan media sosial, iklan online, pameran, atau kolaborasi dengan influencer atau toko lokal. Pada hal ini seseorang pengusaha memberikan pelayanan yang baik, termasuk respon cepat terhadap masalah yang terjadi, serta memastikan pengiriman produk tepat waktu dan dalam kondisi baik. Evaluasi dan adaptasi kinerja bisnis terima dari pelanggan melakukan penyesuaian jika diperlukan untuk meningkatkan penjualan dan kepuasan pelanggan. Perizinan dan ketentuan hukum untuk mematuhi semua peraturan dan perizinan diperlukan untuk menjalankan bisnis dari rumah anda. Ini mungkin termasuk perizinan lokal dan pembayaran pajak, ini bisakomitmen untuk konsisten dan inovatif dalam membangun bisnis penulanan bingkai kaligrafi di Palembang dari rumah.⁸

Strategi pemasaran dalam penjualan ini dari desa ke desa, strategi yang digunakan dan efektif, dalam mempromosikan penjualan bingkai kaligrafi ini dari satu daerah ke daerah lainnya. Hal yang digunakan dalam penjualan yaitu media sosial, pameran seni, kolaborasi dengan seniman lokal, dan promosi melalui toko seni atau galeri. Faktor demografis juga dapat mempengaruhi preferensi pembeli terhadap bingkai kaligrafi. Misalnya, kelompok usia yang lebih muda mungkin lebih tertarik pada desain yang modern dan inovatif, sementara kelompok usia yang lebih tua mungkin lebih menyukai desain yang tradisional dan klasik. Dalam menjual bingkai kaligrafi dari satu daerah ke daerah lain, penting bagi produsen atau penjual untuk memahami perbedaan-perbedaan ini dan menyesuaikan strategi pemasaran dan penjualan mereka sesuai dengan karakteristik masing-masing pasar lokal. Harga dan daya beli, perbedaan harga dan daya beli antara daerah dapat memengaruhi penjualan. Daerah dengan tingkat pendapat yang lebih tinggi mungkin lebih mampu membeli bingkai kaligrafi Palembang dengan harga yang lebih tinggi atau kualitas yang lebih baik.⁹

Pada penjualan ini kita harus memiliki gaya dan desain bingkai kaligrafi juga bervariasi dari satu daerah ke daerah lainnya. Misalnya, bingkai kaligrafi lebih tradisional dan klasik mungkin lebih diminati di daerah perdesaan, sementara desain yang lebih modern dan minimalis mungkin lebih populer di daerah perkotaan. Setiap daerah memiliki budaya dan

⁷ Handoko, *"Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen"*, (Yogyakarta : BPFE, 2019), h. 25-30.

⁸ Freddy Rangkuti, *"Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT"*, (Jakarta : Gramedia Pustaka, 2017), h. 66-73.

⁹ Agus Hermawan, *"Komunikasi Pemasaran"*. (Jakarta : Erlangga, 2020). h.45-55.

tradisi yang unik. Ini dapat mempengaruhi preferensi pembeli terhadap jenis bingkai kaligrafi yang mereka sukai. Misalnya, di daerah yang kental dengan tradisi Islam, bingkai kaligrafi yang mereka sukai. Misalnya, di daerah yang kental dengan tradisi Islam, bingkai kaligrafi dengan tulisan Arab mungkin lebih diminati di daerah perdesaan, sementara desain yang lebih modern dan minimalis mungkin lebih populer di daerah perkotaan.

Simpulan

Strategi pemasaran bingkai kaligrafi Islam dalam meningkatkan kualitas produk di kalangan masyarakat Palembang dapat digunakan masyarakat Palembang perlu diberikan pemahaman mendalam tentang nilai-nilai kaligrafi Islam dan kualitas produknya. Dengan pendidikan yang baik, mereka akan lebih menghargai dan memilih produknya. Dengan pendidikan yang baik, mereka akan lebih menghargai dan memilih produk berkualitas. Identifikasi segmen pasar yang paling responsif terhadap bingkai kaligrafi Islam, seperti komunitas agama, pelajar, atau turis. Dengan demikian, pemasaran dapat lebih efektif. Selanjutnya melibatkan seniman lokal dalam proses pembuatan bingkai kaligrafi dapat meningkatkan kualitas produk serta memberikan dukungan kepada komunitas seniman setempat. Memanfaatkan platform media sosial untuk mempromosikan kaligrafi Islam. Dengan konten yang menarik dan interaktif, pesan tentang keindahan dan nilai-nilai kaligrafi dapat disampaikan secara lebih efektif kepada masyarakat Palembang. Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, mulai dari proses pembelian hingga purna jual. Ini dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan dan meningkatkan citra merek kaligrafi Islam di kalangan masyarakat Palembang. Penekanan pada kualitas produksi kaligrafi Islam berkualitas tinggi dengan menggunakan bahan terbaik dan teknik pembuatan yang cermat ini akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat reputasi produk. Kita juga harus terlibat dalam event dan pameran lokal maupun nasional akan meningkatkan eksposur produk kaligrafi Islam. Ini juga menerapkan kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan calon pelanggan dan memperluas jaringan bisnis. Dengan menerapkan strategi ini secara efektif, diharapkan kaligrafi Islam di kota Palembang semakin diterima dan dihargai serta juga bisa meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan.

Referensi

- Asauri, Sofian. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Handoko. (2019). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Hermawan, Agus. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. (2022). *Metodologi Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- L, Kevin. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Moekijat. (2019). *Latihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Bandung: Bandar Maju.
- Rangkuti, Freddy. (2017). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Soewadji, Jusuf. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Wacana Media.
- Wijaya, Tony. (2021). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.