ANALISIS KEBIJAKSANAAN PROMOSI DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (STUDI PADA PERCETAKAN CV. MUTIARA BANJARMASIN)

ABSTRAK

M. Medi Alfandi[1,] Hj. Lamsah[2],Hj. Farida Yulianti[3]
Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 17.31. 0969
Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1125126201
Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1121076901
Email **:**

MUHAMMAD MEDI ALFANDI, NPM. 17.31.0969 : Analisis Kebijaksanaan Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada percetakan CV. Mutiara Banjarmasin. Dibimbing oleh Ibu Hj. Lamsah. SE. MM. (Pembimbing I), dan Ibu HJj Farida Yulianti, SE. MM (Pembimbing II).

Peneltian ini bertujuan 1) untuk Bagaimanakah kebijaksanaan promosi yang dilakukan oleh percetakan CV. Mutiara dalam meningkatkan Voume penjualannya? Dan 2) Strategi promosi manakah yang paling berpengaruh terhadap volume penjualan?

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Untuk mempermudah analisis pembahasan, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai bahan analisis untuk dijadikan dalam bentuk skripsi. Metode penelitian yang dipakai penulis dilakukan dengan berbagai cara untuk mengetahui lebih mendalam mengenai teori-teori yang berhubungan dengan penulisan ini.

Permasalahan yang dihadapi oleh Perusahaan Percetakan CV. Mutiara Banjarmasin ini karena adanya penurunan Volume penjualan, yang mana hal tersebut akan berakibat pula terhadap pendapatan dan kelangsungan perusahaan.

Percetakan CV. Mutiara Banjarmasin dalam mengoperasikan perusahaannya tentu mempunyai tujuan jangka panjang bagi perusahaan itu sendiri, selain keuntungan bagi perusahaan sudah barang tentu juga buat kelangsungan perusahaan itu sendiri. Dengan demikian Percetakan CV. Mutiara Banjarmasin harus melakukan sebuah promosi bagi perusahaan tersebut. Melalui promosi ini perusahaan dapat meningkatkan volume dari penjualan atau pemesanan.

Kata Kunci : Promosi, Volume Penjualan

ABSTRACT

This study aims 1) for How is the wisdom of promotion done by cv printing. Pearls in Voume increase its sales? And 2) Which promotional strategy affects sales volume the most?

This type of research is descriptive qualitative research. To facilitate the analysis of the discussion, the author uses several methods of data collection as analysis material to be used as a thesis. The research method used by the author is carried out in various ways to find out more about the theories related to this writing.

Problems faced by cv printing Mutiara Banjarmasin is due to a decrease in sales volume, which will also result in the company's revenue and continuity.

CV Printing Mutiara Banjarmasin in operating the company certainly has a long-term goal for the company itself, in addition to the profits for the company is certainly also for the continuity of the company itself.

Thus CV Printing. Mutiara Banjarmasin had to do a promotion for the company. Through this promotion the company can increase the volume of sales or bookings.

Keywords : Promotion, Sales Volume

PENDAHULUAN

Kegiatan promosi adalah salah satu strategi pemasaran untuk mendekatkan perusahaan pada konsumen, meliputi periklanan, promosi penjualan, personal selling serta publisitas. Dalam kegiatan ini perusahaan dihadapkan pada masalah pemilihan alternatif media yang digunakan.

Percetakan CV. Mutiara adalah salah satu dari sekian banyak perusahaan penerbitan dan percetakan di Banjarmasin. Percetakan CV. Mutiara selalu berupaya untuk tetap dapat bertahan di dunia persaingan bisnis yang semakin ketat. Salah satu usahanya adalah dengan melakukan kegiatan promosi yang diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan. Bertolak dari keadaan tersebut di atas penulis tertarik untuk menguraikan lebih jauh bagaimana keadaan tersebut dapat terjadi dan bagaimana menemukan solusi yang terbaik dalam mengatasi masalah promosi.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Untuk mempermudah analisis pembahasan, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai bahan analisis untuk dijadikan dalam bentuk skripsi. Metode penelitian yang dipakai penulis dilakukan dengan berbagai cara untuk mengetahui lebih mendalam mengenai teori-teori yang berhubungan dengan penulisan ini.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Proses kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Percetakan CV. Mutiara Banjarmasin bisa dikatakan sangat sederhana yaitu dengan cara hanya melakukan promosi langsung kepada pelanggan, bersifat dari mulut ke mulut saja, jadi kegiatan pemasaran melalui media yang lain sangat jarang dilakukan oleh Percetakan CV. Mutiara Banjarmasin.

Tujuan usaha pemasaran adalah meningkatkan volume penjualan yang mampu meningkatkan laba setiap produk yang dilempar kepasaran. Dalam pelaksanaannya diantaranya dapat ditempuh dengan melaksanakan kebijaksanaan promosi dan saluran distribusi.

PENUTUP

1. Saluran distribusi dilakukan dengan cara langsung, maksudnya (produsen kekonsumen). Selain itu juga promosi yang dilakukan oleh Percetakan CV. Mutiara Banjarmasin belum begitu baik dalam menjalankan pelaksanaannya.
2. Dalam usaha peningkatan volume penjualan, maka sebaiknya percetakan CV. Mutiara Banjarmasin perlu melakukan perbaikan pada saluran promosinya. Adapun promosi yang dapat disarankan oleh penulis disini adalah dengan cara memasang iklan pada

media – media masa yang ada diwilayah kota Banjarmasin. Disamping itu juga dapat mempergunakan jasa media masa, seperti Radio swasta yang ada dikota Banjarmasin atau memanfaatkan jejaring sosial. Selain itu perusahaan juga harus aktif mengikuti kegiatan – kegiatan pameran barang dagang yang selalu diselenggarakan oleh pemerintah maupun pihak swasta., dan juga penulis anggap perlu apabila perusahaan pada setiap tahunnya membuat kalender tahunan yang bida diberikan kepada konsumen, dengan demikian secara tidak langsung promosi dapat berjalan dengan baik.

3. Pembenahan dalam perusahaan juga perlu untuk diperhatikan, pimpinan perusahaan dan seganap karyawan hendaknya meningkatkan efektivitas dan efesiensi kerja sehingga apa
4. yang diharapkan akan terpenuhi baik berhubungan dengan kualitas produk maupun pelayanan terhadap konsumen, dengan demikian perusahaan akan mendapatkan laba yang diinginkan, bagi konsumen pelayanan yang memuaskan akan memberikan arti tersendiri.

DAFTAR PUSTAKA

……....., Kamus Besar Bahasa Indonesia, [Online], Tersedia di http://bahasa kemdiknas.go.id/kkbi/index php. Diakses 11 November 2017

Basu Swastha Dharmmesta. (2014). Manajemen Pemasaran. BPFE: Yogyakarta.

Buchari Alma. 2014. Manajemen pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi. CV. Alfabeta, Bandung.

Fakultas Ekonomi, 2001., Pedoman Penulisan Dan Bimbingan Serta Ujian Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan, Banjarmasin

Fandy Tjiptono, Ph.D. 2015. Strategi Pemasaran. Edisi 4. CV Andi. Yogyakarta.

Glueck, W.F. & Jauch, L.R., 2011., *Business Strategy and Strategic Management*, 4th ed., Chapt. 1, Mc Graw- Hill.

Hadari Nawawi, 2005., *Manajemen Strategik*, Gadjah Mada Pers, Yogyakarta.

Kotler, Phillip dan Kevin L. Keller. (2016). Marketing 16 edition. New Jersey: Pearson.

Kotler, Phillip dan Kevin L. Keller. (2016). Marketing Management 16 edition. New Jersey: Pearson

Kotler & Keller. 2012. Manajemen pemasaran. Edisi 12. Jakarta : Erlangga

Lupiyoadi,R. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 3. Jakarta : Salemba Empat

Supriyono Nawawi, R. A., Drs., Ak., 2004., Man *ajemen Strategi dan Kebijaksanaan Bisnis*, Bab I BPFE, Yogyakarta.

Sugiyono (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D. Bandung Alfabeta.

Sugiyono. (2014) Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV. Sujarweni,

Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi pemasaran. Edisi 4. Yogyakarta : Andi Offset

ANALISIS KEBIJAKSANAAN PROMOSI DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PERCETAKAN CV. MUTIARA BANJARMASIN

ARTIKEL

Oleh :

M. MEDI ALFANDI
NPM : 17.31.0969

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM KALIMANTAN
MUHAMMAD ARSYAD AL-BANJARI
BANJARMASIN
2021