

**ANALISIS KEBIJAKAN PROMOSI DALAM RANGKA PENINGKATAN PENJUALAN  
(STUDI PADA PT BUMI WAHYU UTAMA GROUP KABUPATEN BANJAR)**

**ABSTRAK**

Zikri Nur Abadi<sup>1</sup>, Kurniaty<sup>2</sup>, Erni Alfisah<sup>3</sup>  
Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad  
Al-Banjari  
Banjarmasin, 17.31.0813  
Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad  
Al-Banjari  
Banjarmasin, 131971497  
Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad  
Al-Banjari  
Banjarmasin, 069409108  
**Email : [zikriabadi04@gmail.com](mailto:zikriabadi04@gmail.com)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis promosi perumahan dalam rangka peningkatan penjualan pada PT. Bumi Wahyu Utama Group Kabupaten Banjar. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara bersama beberapa pimpinan perusahaan PT. Bumi Wahyu Utama Group Kabupaten Banjar, observasi dan analisis data.

Hasil penelitian menunjukkan adanya Strategi promosi yang digunakan PT. Bumi Wahyu Utama Group Kabupaten Banjar dalam meningkatkan penjualan adalah menggunakan Advertising (Periklanan) dan Personal Selling, hasil penelitian lapangan yang dilakukan dengan cara wawancara dan pengambilan sampel penjualan dapat ditarik kesimpulan jumlah penjualan masih dirasa belum stabil, Dan dalam pengaplikasian promosi pemasaran masih dirasa kurang karena belum adanya bagian tim pemasaran atau humas dalam mengelola teknik pemasaran dalam PT. Bumi Wahyu Utama Group Kabupaten Banjar.

**Kata Kunci : Promosi, Peningkatan Penjualan**

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the analysis of housing promotions in order to increase sales at PT. Bumi Wahyu Utama Group Banjar Regency. The method used is a qualitative method with data collection techniques in the form of interviews with several management companies of PT. Bumi Wahyu Utama Group Banjar Regency, observation and data analysis.*

*The results of the study indicate that there is a promotion strategy used by PT. Bumi Wahyu Utama Group Banjar Regency in increasing sales is to use Advertising and Personal Selling, the results of field research conducted by means of interviews and sales sampling can be concluded that the number of sales is still not stable, and in the application of marketing promotions it is still felt to be lacking because there is no part of the marketing team or public relations in managing marketing techniques in PT. Bumi Wahyu Utama Group, Banjar Regency.*

*Keywords: Promotion, Sales Increase*

## PENDAHULUAN

Dalam ilmu ekonomi dalam materi kebutuhan, ada tiga jenis kebutuhan manusia yakni kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Kebutuhan yang mendesak bisa dikatakan menjadi kebutuhan primer. Kebutuhan primer dalam kebutuhannya tidak bisa ditawar dan wajib dipenuhi karena kebutuhan ini menjadi dasar dalam kebutuhan manusia. Jika kebutuhan ini tidak terpenuhi maka akan menyebabkan kesulitan dalam kehidupannya, maka oleh sebab itu setiap manusia selalu berjuang keras agar kebutuhan dasar satu ini bisa terpenuhi dari pada kebutuhan yang lainnya.

Kebutuhan primer meliputi 3 (tiga) macam yaitu sandang, pangan dan papan. Kebutuhan sandang bisa kita paparkan bahwa kebutuhan ini digunakan sebagai pelindung badan atau pakaian juga digunakan sebagai alat yang melindungi badan dari berbagai penyakit secara langsung selain itu bisa menjaga badan dari suhu tubuh agar tetap stabil selain itu bisa menunjang dalam segi penampilan. Setelah itu ada kebutuhan pangan yang dimana kebutuhan bersifat asupan nutrisi serta gizi dari makanan dan minuman, karena tanpa makan dan minum makhluk hidup akan mati, oleh sebab itu makhluk hidup harus mencukupi kebutuhan pangannya, serta yang terakhir ada kebutuhan papan yang dimana yang kita ketahui bahwa kebutuhan ini merupakan kebutuhan manusia untuk berteduh, pada awal fungsinya papan hanya untuk bertahan diri namun lama kelamaan menjadi tempat tinggal dan menjadi tempat berlindung manusia.

Rumah merupakan salah satu kebutuhan mendasar manusia, disamping pendidikan dan kesehatan. Setiap manusia membutuhkan rumah untuk berlindung dan sebagai tempat berkumpul serta sebagai tempat berlangsungnya kegiatan keluarga bahkan bisa digunakan sebagai barang investasi. Bukan hanya itu dalam agama Islam dikatakan bahwa "Rumahku adalah surgaku".

Namun dengan seiringnya pertambahan jumlah penduduk di kota Banjarmasin yang mengakibatkan bertambahnya jumlah permintaan dalam pembangunan perumahan di kota Banjarmasin. Mengakibatkan banyak sekali munculnya pembangunan-pembangunan perumahan di sekitaran perkotaan bahkan sampai ke pelosok lahan pinggir di kota Banjarmasin yang dimana ini dapat kita pastikan bahwa pengaruh meningkatnya jumlah penduduk sangat berpengaruh dalam minat warga kota Banjarmasin dalam bahan sandang tersebut.

Apalagi di zaman sekarang banyak sekali para pemilik perumahan yang menawarkan rumah yang begitu murah untuk para konsumen saat ini dengan tawaran angsuran yang hemat biaya sampai dengan uang muka yang begitu mudah dijangkau,

yang membuat para konsumen tergiur dengan tawaran tersebut.

Selain itu rumah bisa dijadikan aset dimasa depan bahkan bisa menjadi lahan investasi yang tidak abstrak untuk masyarakat, maka dari itu para pemilik perumahan berbondong-bondong membuat berbagai macam tawaran untuk

para konsumen agar tertarik untuk mendapatkan rumah impian yang diinginkan. Perumahan sekarang memberikan tawaran yang sangat menggiurkan dimana jenis rumah yang ditawarkan sangat pas untuk para konsumen yang menginginkan rumah yang layak huni dan irit dikantong.

Rumah yang minimalis sering menjadi rebutan para konsumen dikarenakan selain harganya cukup bersahabat tapi sangat bisa dikatakan mewah yang dimana di dalamnya berfasilitaskan 2 buah kamar dan 1 kamar mandi serta wc ini bisa dikatakan sangat cocok untuk para konsumen yang menginginkan rumah yang layak huni.

Bisnis properti ini dapat memberikan potensi yang sangat besar bagi pengusaha itu sendiri maupun pengusaha yang bergerak di bidang jasa, perusahaan di tuntut untuk bisa bertahan dan berkembang dalam segala zaman yang dalam arusnya selalu berubah ubah selain itu juga perusahaan dituntut harus kreatif dalam memberikan terobosan dalam kebutuhan masyarakat. Dalam mencapai tujuan itu perlu adanya upaya yang dilakukan dengan cara meningkatkan kemampuan perusahaan agar dapat menghasilkan keuntungan dari operasional perusahaan tersebut (Sari, 2017).

Beragam cara yang dapat dilakukan seperti dengan menerapkan strategi pemasaran yang efektif dengan menangkap berbagai macam peluang yang ada sehingga penjualan bisa meningkat dan perusahaan bisa berkembang semana mestinya. Pemasaran lebih dari suatu pendapatan dari suatu perusahaan. Pemasaran adalah suatu proses yang teratur dan jelas untuk memikirkan dan merancang pasar. Proses ini dinilai dari riset pasar, untuk mengetahui dinamikanya, mengidentifikasi peluang, menemukan orang atau kelompok orang dengan kebutuhan yang tidak terpenuhi atau minat terhadap suatu produk atau jelas.

Agar dapat bersaing, perusahaan harus dapat memberikan sebuah nilai yang baik kepada konsumen dibandingkan para pesaingnya. Salah satu strategi pemasaran yang harus dilakukan PT. Bumi Wahyu Utama Group adalah memanfaatkan berbagai macam peluang yang muncul, strategi yang juga harus diterapkan dalam kondisi sekarang adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Di era yang serba digital ini memberikan tantangan tersendiri untuk perusahaan dalam memasarkan dan

menjual barang yang ingin ditawarkan kepada konsumen agar bisa menarik perhatian serta bisa menguasai pangsa pasar.

Berdasarkan pemaparan yang telah saya sampaikan diatas maka dari itu saya tertarik membuat sebuah penelitian dengan judul Analisis Promosi perumahan dalam rangka peningkatan penjualan pada PT. Bumi Wahyu Utama Group Kab Banjar.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang saya gunakan adalah dengan metode penelitian Kualitatif yang dimana metode ini menggambarkan keadaan terkait analisis promosi perumahan dalam rangka Peningkatan Penjualan. Adapun objek yang diambil ada pada perusahaan PT. Bumi Wahyu Utama Group. Menurut Moleong, penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dipahami oleh subyek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam hasil penelitian yang saya amati dan dalami di PT. Bumi Wahyu Utama Group Kabupaten Banjar yaitu tentang “ Analisis Promosi Perumahan dalam rangka Peningkatan Penjualan “ yang dimana dalam penelitian ini dalam pengambilan sampelnya menggunakan observasi dan wawancara dalam mendapatkan informasi tersebut. Yang dimana juga cara ini sangat bisa dikatakan akurat dalam mengambil data di suatu perusahaan.

Dalam sesi wawancara ada beberapa pengurus perusahaan yang diminta datanya, seperti pihak Komisaris, administrasi dan pihak Logistik perusahaan yang dimana beberapa pertanyaan ini yang menjadi tolak ukur penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh PT. Bumi Wahyu Utama Group di awal berdirinya perusahaan ini sampai dengan sekarang ?

**Komisaris :** “ jadi untuk strategi promosi sebenarnya belum ada cuman hanya melakukan promosi menggunakan media cetak seperti spanduk, selebaran dll,

*selain itu juga diperusahaan kami memang tidak mempunyai posisi sebagai tim pemasaran.”*

**Admin :** “ cara promosi untuk sementara ini hanya menggunakan media mulut kemulut aja dengan orang-orang terdekat terlebih juga disekitaran perumahan juga disekelilingi padat penduduk. “

**Logistik :** “ promosi di perusahaan ini hanya sebatas lewat orang terdekat seperti keluarga yang memang bekerja disini setelah itu masyarakat disekita sini yang memang kami coba dekati untuk bisa memiliki rumah sebagai aset masa depan.

2. Apa dampak yang dirasakan dari strategi promosi yang telah dilaksanakan oleh PT. Bumi Wahyu Utama Group.

**Komisaris :** “ pertama kali memang respon masyarakat begitu baik dan berminat namun dirasa masih dirasa perlu ditingkatkan, tapi dibandingkan perumahan yang lain memang perumahan kami sangat dipercaya karena dinilai memiliki kualitas yang bagus “

**Admin :** “ pastinya ekstra keras karena bagian admin yang masih saat ini juga dipercaya untuk memegang kendali konsep hubungan kepada masyarakat dan perlu adanya posisi khusus yang menangani permasalahan ini. “

**Logistik :** “masih dirasa kurang karena peningkatan

*nama perusahaan perlu menggunakan cara promosi yang lebih lagi agar peningkatan citra perusahaan bisa dikenal masyarakat diluar lingkup daerah ini. “*

| Jenis Produk | Tahun Penjualan |      |      |
|--------------|-----------------|------|------|
|              | 2018            | 2019 | 2020 |
| Tipe 36      | 470             | 205  | 150  |
| Tipe 50      | 4               | 15   | 12   |

3. Apa upaya perusahaan dalam meningkatkan penjualan di PT. Bumi Wahyu Utama Group.

**Komisaris :** *“ saat ini yang bisa dilakukan adalah melakukan relasi ke beberapa instansi lain untuk bisa dilakukan kerjasama agar nama perusahaan bisa meluas. “*

**Admin :** *“ untuk selanjutnya masih mencoba melakukan promosi di sosial media namun bukan media perusahaan hanya menggunakan media dari para karyawan seperti Whatsapp, instagram dan sebagainya, tapi sebenarnya perusahaan juga mempunyai media online juga namun tersendat pada tahun 2017. “*

**Logistik :** *“ masih mencoba menjalin relasi keluar juga agar kiranya bisa dijangkau oleh masyarakat diluar dari tempat ini dan menggunakan beberapa sosial media..*

Selain data wawancara yang diambil, sebagai data penunjang peneliti juga menggunakan data observasi lapangan dan mendapatkan data penjualan dari PT. Bumi Wahyu Utama Group Kabupaten Banjar.

Dari hasil data yang diperoleh pada PT. Bumi Wahyu Utama Group Kabupaten Banjar bisa kita simpulkan bahwa penjualan masih dirasa belum stabil dikarenakan penerapan Bauran Promosi yang masih belum diterapkan secara maksimal. Maka dari itu perlu adanya langkah yang kongkrit dalam pemecahan masalah dalam peningkatan penjualan pada PT. Bumi wahyu Utama Group.

Perusahaan yang bisa dikatakan memiliki sumber daya manusia yang banyak ini telah mampu bertahan di masa-masa yang bisa dikatakan sulit ini, yang tersulit saat ini adalah dimana menghadapi proses ekonomi dimasa pademi Covid 19 yang mampu megubah tatanan suatu arus ekonomi suatu negara namun dengan kerja tim yang luar biasa dan kemampuan komunikasi yang baik anatar pegawai atau tenaga kerja mampu membalncekan perusahaan ini.

Untuk mengetahui sejauh mana penerapan bauran promosi yang telah dilaksanakan oleh PT. Bumi Wahyu Utama Group, maka peneliti melakukan penguraian bauran promosi yang telah dijalankan adalah sebagai berikut :

- 1) *Advertising*, merupakan sebuah bentuk komuniaksi pemasaran yang dimana didalamnya bertujuan meberikan sebuah informasi kepada masyarakat tentang produk yang di pasarkan kepada masyarkat. perusahaan ini memang sudah melakukan bauran promosi menggunakan periklanan media cetak seperti spanduk dan selebaran, selain itu juga periklanan di sosial media hanya bergantung dengan akun sosial media pegawai tidak memiliki akun khusus perusahaan yang dimana ini akan menjadi kesulitan penuh ketika calon nasabah ingin metahui informasi lebih lanjut mengenai perusahaan maka dari itu periklanan melalui sosial media yang di perkakasi menggunakan akun khusus perusahaan akan nenunjang penuh

dalam menyampaikan informasi mengenai perumahan PT. Bumi Wahyu Utama Group.

- 2) *Personal Selling*, merupakan salah satu dalam teknik pemasaran yang dimana mempertemukan individu ke individu yang lain atau kelompok dengan tujuan merealisasikan penjualan. dari hasil data yang di dapatkan oleh peneliti bahwa perusahaan PT. Bumi Wahyu Utama Group melakukan teknik bauran promosi antar individu yang dimana melakukan pendekatan secara personal untuk melakukan promosi yang dimana cara ini paling sering dilakukan dan bisa dikatakan efektif sampai sekarang, dengan pendekatan secara langsung kepada keluarga karyawan serta kerabat menjadi cara yang di rasa ampuh oleh perusahaan dalam menawarkan produk perusahaan.

Telah peneliti jabarkan bahwa penerapan bauran promosi sangat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan oleh PT. Bumi Wahyu Utama Group. Jika kita lihat bersama data penjualan pada PT Bumi Wahyu utama Group mengalami ketidak stabilan dalam penjualannya setiap tahunnya serta dari hasil wawancara yang telah kita lakukan masih banyak hal yang memang harus dikembangkan dalam pengaplikasiannya untuk meningkatkan volume penjualan.

Untuk menemukan situasi yang tepat atas kondisi dan permasalahan tersebut, maka akan peneliti uraikan kendala yang dihadapi oleh PT. Bumi Wahyu Utama Group Kabupaten Banjar :

- 1) Tidak Ada Posisi Tim Pemasaran  
Dalam suatu perusahaan yang dimana bergerak dalam bidang penghasil barang pakai atau jasa perlu adanya tim khusus dalam meningkatkan citra merek, terlebih tim ini bertugas untuk menyusun strategi pemasaran perusahaan serta melakukan peningkatan citra merek produk yang dijual. Dari hasil penelitian yang didapatkan memang di akui oleh responden bahwa memang di perusahaan ini masih belum memiliki tim pemasaran bahkan tugas penjualan di limpahkan ke pihak admin sebagai pengelola brand serta peningkatan promosi di perusahaan, yang dimana ini hal yang penting diamati dan dipecahkan.
- 2) Kendala pada Variabel Promosi  
Suatu produk memang harus diketahui kebermanfaatannya, namun itu akan percuma apabila produk tidak dikenal konsumen, maka tidak akan diketahui

bahkan tidak akan dimiliki konsumen. PT. Bumi Wahyu Utama Group memang sejauh ini sudah melakukan upaya promosi, seperti halnya perusahaan perumahan yang lain namun tidak semua bauran promosi dilakukan oleh perusahaan PT. Bumi Wahyu Utama Group. Kegiatan promosi ini juga menjadi salah satu kendala yang mempengaruhi tercapai atau tidaknya target penjualan yang telah disusun oleh perusahaan.

Setelah mengulik dan mencermati kondisi bidang pemasaran dan promosi dengan mempelajari teknik promosi yang diterapkan PT. Bumi Wahyu Utama Group. Maka peneliti akan memberikan sebuah masukan dan harapannya ini bisa diterapkan untuk meningkatkan penjualan di PT. Bumi Wahyu Utama Group.

- 1) Menerapkan Bauran Promosi

Perlu kita ketahui bauran promosi adalah bagian dari sistem pemasaran yang tidak bisa dipisahkan bahkan selalu berdampingan, bahkan dalam penerapannya tidak bisa dilakukan secara setengah-setengah dan harapannya ini bisa diterapkan oleh PT. Bumi Wahyu Utama Group Kabupaten Banjar. Meskipun perusahaan tersebut sudah melakukan sebagian dari bauran promosi namun perlu adanya sebuah penyempurnaan yang baik dalam penerapannya. Bahkan bauran promosi adalah elemen-elemen utama komunikasi yang dikendalikan oleh pemasar, termasuk periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, penjualan langsung dan hubungan masyarakat. Dan perlu kita ketahui juga fungsi promosi sebenarnya adalah sebagai alat untuk menginformasikan kepada masyarakat, setelah itu sebagai alat membujuk dan mempengaruhi pembeli agar tersugesti dengan barang yang kita jual dan yang terakhir sebagai pengingat kepada konsumen bahwa produk kita adalah produk yang pertama terbesit dipikirkannya ketika mencari sebuah kebutuhan yang diinginkan. Maka dari itu peneliti akan memberikan sebuah masukan tentang bauran pemasaran yaitu :

- a) *Advertising*, memang PT. Bumi Wahyu Utama Group sudah

melakukan periklanan dengan memakai spanduk dan pembagian selebaran kepada masyarakat, namun periklanan bukan saja bergerak hanya dibagian itu tapi ada cara tambahan seperti membuat periklanan menggunakan media berupa video atau seruan bergambar agar menarik konsumen, karena sejatinya iklan merupakan sebuah alat komunikasi dan bersifat ajakan kepada masyarakat untuk memillih produk kita.

- b) **Sales Promotion**, dalam menarik minat pembeli perlu adanya sentuhan penggugah atau bisa diartikan sebuah hadiah gratis, sample gratis, diskon dan sebagainya. Langkah ini bisa dijadikan langkah perusahaan untuk menambah minat konsumen untuk membeli produk yang kita jual dan ini juga menjadi langkah kongkrit untuk sebuah perusahaan properti untuk memberikan sebuah bonus tambahan kepada nasabahnya dalam setiap pembeliannya seperti contoh “ setiap pembelian rumah tipe 50 secara lunas bonus pembuatan carpot “ ini bisa dilakukan dalam catatan sudah terdapat perhitungan yang jelas dan detail.
- c) **Personal Selling**, cara ini bisa dikatakan sudah bagus dalam penerapannya dalam perusahaan yang dimana para pengurus perusahaan atau para pegawai juga terlibat dalam melakukan cara ini, dengan sebuah pendekatan individu ke individu yang lain yang dimana isi dari cara ini adalah untuk memotivasi dan membujuk pelanggan untuk membeli penawaran yang kita berikan.
- d) **Direct Marketing**, cara ini marak dilakukan oleh para perusahaan penghasil dan jasa yang dimana dengan pemanfaatan alat telekomunikasi moderen guna memberikan

penawaran jarak jauh. Hal ini memudahkan perusahaan untuk memnjangkau lebih jauh konsumen untuk menarik masa penjualan. Ada berbagai alternatif direct marketing ini dimulai menggunakan email, sosial media marketing, telemarketing dll.

- e) **Hubungan Masyarakat**, hal ini juga yang harus dipersiapkan perusahaan yang dimana dalam keberhasilan suatu promosi pasti ada seseorang memperjuangkan dalam memberikan informasi mengenai produk dan perusahaanya dan itu hanya bisa dilakukan oleh humas, karena dalam peberitahuan atau pengkomunikasian suatu produk pasti ada sosok humas sebagai perantara atau mengisi posisi itu. Karena dalam meningkatkan suatu produk dan perusahaan sosok humas sangat diperlukan dalam teknik pemasaran.

## PENUTUP

Dari hasil penelitian yang telah didapatkan oleh peneliti melalui beberapa data maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Strategi promosi yang digunakan PT. Bumi Wahyu Utama Group Kabupaten Banjar dalam meningkatkan penjualan adalah menggunakan Advertising (Periklanan) dan Personal Selling.
2. Dari hasil penelitian lapangan yang dilakukan dengan cara wawancara dan pengambilan sampel penjualan dapat ditarik kesimpulan jumlah penjualan masih dirasa belum stabil.
3. Dan dalam pengaplikasian promosi pemasaran masih dirasa kurang karena belum adanya bagian tim pemasaran atau humas dalam mengelola teknik pemasaran dalam PT. Bumi Wahyu Utama Group Kabupaten Banjar.

Dari hasil kesimpulan diatas yang didapat dari penelitian ini maka saran yang bisa diberikan penulis adalah :

1. PT. Bumi Wahyu Utama Group lebih meningkatkan teknik promosi yang lain selain menggunakan teknik promosi yang telah digunakan agar terciptanya sebuah

- peningkatan volume penjualan yang lebih meningkat.
2. Dan saran pertama ini akan berkesinambungan dengan peningkatan jumlah penjualan karena menggunakan bauran promosi dengan tepat akan berdampak baik ke perusahaan.
  3. Membuka atau menyediakan tenaga kerja ahli yang memang bergerak di bidang pemasaran atau humas yang dimana dengan adanya tim ini akan mempermudah perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran bahkan promosi.
  4. Menambah pekerja atau pegawai yang memahami ilmu teknologi agar mempercepat sistem pemasaran dan promosi yang ada pada perusahaan,

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan 2017, *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi*,. Jakarta : Rajawali Pers
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri, 2019. *Manajemn Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers
- Bob, Sabran. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2, ed 13*. PT Erlangga. Jakarta.
- David, Fred R, 2009, *Bauran Pemasaran*, Jakarta : Salemba empat
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa. Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.
- Kotler dan Gary Amstrong. 2016. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyadi, Rambat dan Hamdani, 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Stanton, William J. 2013. *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Erlangga.
- Siagian, Sondang, P . 2008. *Manajemen Stratejik*. Bumi Aksara : Jakarta
- Tjiptono, Fandy , 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta : Andi Offset
- Tjiptono, Fandy, dan Chandra, Gregorius, 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : Andi
- Putri Tanama, Rahayu Budi. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar : e-book
- Andika, Yudi. 2018. *Anallisis Strategi Promosi Kopi Luwak Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Menurut Prespektif Ekonomi Islam*. Universitas islam Negeri Raden Intan Lampung. Skripsi. Lampung.
- Amir, Sukmawati. 2020. *Ananlisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan Properti Pada Perumahan Cahaya Bumi Pinrang Di Kabupaten Pinrang*. Skripsi. Sulawesi Selatan.
- Janah Nur, Eka. 2019. *Analisis Strategi Promosi Dalam Persaingan Usaha pada Pengrajin Batik Kecamatan Muara Sabak Timur*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Jambi.
- Shafiq, Mohd. 2020. *Analisis Strategi Promosi Penjualan Terhadap Peningkatan Penjualan Mobil Hino Pada PT. Kumala Motor Sejahtera Makassar*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Astuti, Sri. 2015. *Analisis Bauran Promosi Dalam Peningkatan Jumlah Mahasiswa Baru Di FKIP UHAMKA Jakarta*. Jurnal. Jakarta.
- Radianto, Hedynata. 2016. *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack*. Jurnal. Universitas Ciputra.

membantu saya dalam memperbaiki PC setiap Blank dalam pengerjaan penelitian ini.

14. Kepada Rizki Dwi Putra adik angkat saya yang selalu membantu saya dalam mengingatkan penyelesaian penelitian ini.
15. Kepada Badan Pengurus BEM UNISKA Kabinet MAHAKARYA yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam penyelesaian tugas akhir ini dan sebagai wadah berkeluh kesah dalam perjalanannya.
16. Kepada Keluarga Besar Organisasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi, yang selalu menjadi semangat dalam penyelesaian tugas akhir ini.
17. Kepada teman-teman kelas Reguler Manajemen Pagi E Banjarmasin 2017 yang sudah kebersamai sampai akhir dalam perjalanan kuliah ini dan telah menyelesaikan tugas akhir dengan seksama.

Banjarmasin, Agustus 2021

Penulis,




Zikri Nur Abadi



## LEMBAR PENGESAHAN

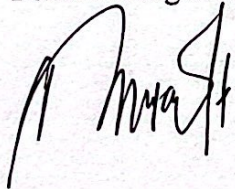
Nama Mahasiswa : Zikri Nur Abadi  
NPM : 1731 0813  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Analisis Kebijakan Promosi Perumahan Dalam  
Rangka Peningkatan Penjualan Studi Pada PT.  
Bumi Wahyu Utama Group Kabupaten Banjar.

Banjarmasin, .....2021

  
Zikri Nur Abadi  
NPM. 17.31.0813

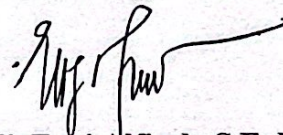
Disetujui,

Pembimbing I/Penguji



Dr. Hj. Kurnaty., MM  
NIK. 131 971 497

Pembimbing II/Penguji



Hj. Erni Alfisah, S.E, M.M  
NIK. 069 409 108

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

  
  
Hj. Farida Yulianti, S.E, M.M  
NIK. 069.809.131

Ketua Program Studi,

  
  
Dr. Dwi Wahyu Artiningsih, S.E, M.M  
NIK. 061.702.891