

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM USAHA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA CV. USAHA BERSAMA MOTOR BANJARMASIN

Ramadhan¹, Dwi Wahyu Artiningsih², Farida Yulianti³

¹Manajemen, 61201, fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari, NPM15310300

²Manajemen, 61201, fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari, NIDN1119056501

³Manajemen, 61201, fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari, NIDN1121076901

Email: ramadhan01@icloud.com

ABSTRAK

Ramadhan, 2019, Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada CV. Usaha Bersama Motor Banjarmasin, Pembimbing I : Dwi Wahyu Artiningsih, Pembimbing II : Hj. Farida Yulianti

CV. Usaha Bersama Motor Banjarmasin adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jual beli mobil bekas. CV. Usaha Bersama Motor Banjarmasin berlokasi di KM 8 Jalan Manarap Banjarmasin

Tujuan penelitian pada CV. Usaha Bersama Motor Banjarmasin adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan pihak perusahaan dan untuk mengetahui strategi pemasaran yang seharusnya dilakukan pada CV. Usaha Bersama Motor Banjarmasin

Hasil dari penelitian berguna untuk perusahaan di di masa akan datang dalam menggunakan strategi yang seharusnya agar dapat meningkatkan volume penjualan pada CV. Usaha Bersama Motor Banjarmasin

Jadi, menurut penulis dari hasil penelitian menunjukkan bahwa CV. Usaha Bersama Motor Banjarmasin telah melakukan strategi pemasaran sederhana, tidak menutup kemungkinan bagi CV. Usaha Bersama Motor Banjarmasin untuk meningkatkan keseluruhan strategi yang telah ada untuk peningkatan volume penjualan yang sudah meningkat untuk ditingkatkan lagi dan kegiatan pemasaran yang dilakukan hendaknya juga berdasarkan keadaan pasar dan selera konsumen, sehingga resiko dapat diminimalkan.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Penjualan

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler Philip dan Keller Kevin Lane, 2009. Manajemen Pemasaran Edisi 13
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat. Jakarta.
- Juwandi, Hendy Irawan. 2004. Kepuasan Pelayanan Jasa. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip, 2002, Manajemen Pemasaran Edisi Milenium, Jilid II, Jakarta Prehallindo
- Basu Swastha Dharmmesta, T. Hani Handoko, 2000, Manajemen Pemasaran “ Analisa perilaku konsumen “, Edisi pertama cetakan ketiga. BPFE- Yogyakarta, Yogyakarta.
- Kotler dan amstrong 2008 “ prinsip-prinsip pemasaran “ Edisi 12, Jilid I, Jakarta erlangga
- Kotler, Philip. 2000. Marketing Management, Analysis, Planning, Implementation and Control. Edisi IX. New Jersey, Prentice Hall.
- Basu Swastha dan Irawan, 2005, Asas-asas Marketing, Liberty, Yogyakarta.
- Winardi, J. (2), 2005, Manajemen Perubahan (The Management of Change), Cetakan Ke-
- 1, Jakarta, Prenada Media.
- Tjiptono, Fandy. 2002. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andy Offset.
- Charles W, Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel. 2001. Pemasaran. Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta. Dharmesta, Basu Swastha. 2002
- Sistaningrum. 2002. Manajemen Promosi Pemasaran. Jakarta: Index.