

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI DAN SALURAN DISTRIBUSI UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA DEALER SURYA PRIMA
A. YANI BANJARMASIN**

Muhammad Iqbal Syawalluddin¹, Farida Yulianti², Siti Mardah³

¹Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, NIM18310936

²Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, NIDN1121076901

³Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, NIDN1127098301

Email : iqbalsyawalludinn@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk strategi promosi dan saluran distribusi yang dijalankan oleh Dealer Surya Prima A.Yani selama ini dan untuk mengetahui strategi dan saluran distribusi yang dijalankan oleh Dealer Surya Prima A.Yani yang seharusnya

Rancangan penelitian ini adalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yaitu suatu pendekatan penelitian yang mengungkap situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan secara benar, dibentuk oleh kata-kata berdasarkan teknik pengumpulan data dan analisis data yang relevan yang diperoleh dari situasi yang alamiah. Teknik analisis yang dipakai terdiri dari beberapa tahapan yaitu uji kredibilitas data, triangulasi sumber, Triangulasi Metode dan narasi data

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kurangnya melakukan promosi kepada masyarakat karena pada Dealer Surya Prima A. Yani Banjarmasin ini hanya berpromosi lewat media sosial seperti youtube, facebook, whatsapp. Pelaksanaan strategi pemasaran dengan menggunakan 4P, product, price, place, promotion, jumlah penjualan saat ini masih mengalami penurunan. Hal ini dikarenakan strategi promotion yang dilakukan oleh Dealer Surya Prima A. Yani Banjarmasin masih kurang, karena untuk melakukan promosi hanya dilakukan 2 atau 3 kali saja dalam satu bulan untuk promosi. Strategi pemasaran dengan menggunakan segmenting, targeting, positioning pada produk sepeda motor merek yamaha terkait segmentasi pasar pada Dealer Surya Prima A. Yani Banjarmasin ini hanya menerapkan segmentasi demografi dan geografis saja. Untuk target pasar sasaran masih bersifat umum untuk semua kalangan masyarakat. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan dari Dealer Surya Prima A. Yani Banjarmasin ini adalah kondisi dan kemampuan penjual baik karena mudah dijangkau dan tempat yang strategis dekat perempatan jalan besar..

**Kata Kunci : Strategi Promosi, Saluran Distribusi, Peningkatan Penjualan,
Dealer Surya Prima A. Yani Banjarmasin**

ABSTRACT

This study aims for the promotion strategy and distribution channel run by Surya Prima A. Yani Dealer so far and to find out the distribution strategy and distribution channel run by Surya Prima A. Yani Dealer that should be

The research design used in this research is descriptive qualitative research, which is a research approach that reveals certain social situations by describing reality correctly, formed by words based on data collection techniques and analysis of relevant data obtained from natural situations. The analysis technique used consists of several stages, namely data credibility testing, source triangulation, method triangulation and data narration

The results showed that there was a lack of promotion to the public because the Surya Prima A. Yani Banjarmasin Dealer only promoted through social media such as youtube, facebook, whatsapp. The implementation of the marketing strategy using the 4Ps, product, price, place, promotion, the number of sales is currently still experiencing a decline. This is because the promotion strategy carried out by Surya Prima Dealer A. Yani Banjarmasin is still lacking, because promotions are only carried out 2 or 3 times a month for promotion. The marketing strategy using segmenting, targeting, positioning on Yamaha brand motorcycle products related to market segmentation at the Surya Prima A. Yani Banjarmasin Dealer only applies demographic and geographical segmentation. For the target market, the target market is still general to all circles of society. The factors that affect the sales of Surya Prima A. Yani Banjarmasin Dealer are the condition and ability of the seller to be good because it is easy to reach and a strategic place near a major road intersection.

Keywords: Promotion Strategy, Distribution Channels, Sales Increase, Surya Prima Dealer A. Yani Banjarmasin

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2018. **Manajemen Pemasaran**. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada Jakarta.
- Engel, et all. 2020. **Perilaku Konsumen**. Edisi Keenam. Jilid I. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Fandy Tjiptono. 2019. **Strategi Pemasaran**. Edisi Kedua. Cetakan Keenam. Penerbit. Andy. Yogyakarta.
- Freddy Rangkuty. 2018. **Riset Pemasaran**. Cetakan Pertama. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Hasibuan, Malayu SP. 2014. **Manajemen Sumber Daya Manusia**, Cetakan keempatbelas, Jakarta ,Penerbit : Bumi Aksara
- Husein Umar. 2013. **Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen**. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. 2018. **Manajemen Pemasaran**. Jilid 2. Bumi Aksara. Jakarta.
- Kotler, Philip dan AB. Susanto. 2019. **Manajemen Pemasaran Indonesia**. Buku 2. Salemba empat. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2018. **Manajemen Pemasaran**. Edisi Millenium. Prenhalindo. Jakarta.
- Kurniawan, Hery. 2016. **Analisis Pengaruh Faktor Dari Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Mie Instan Merk Sedaap (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unmer Malang)**. Proposal. Universitas Merdeka Malang.
- Lamb, Charles. W. et. All. 2018. **Pemasaran**. Buku I Edisi Pertama. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Mowen. H. 2012. **Perilaku Konsumen**. Jilid I. Penerbit. Andi. Yogyakarta.
- Rismiyati, Catur. dan Bondan Sutrisno. 2021. **Pemasaran Barang dan Jasa**. Kanisius. Jakarta.
- Robbins, Stephen P. and Mary Coulter. 2017. **Manajemen**, Jilid 1 Edisi 13, Alih Bahasa: Bob Sabran Dan Devri Bardani P, Erlangga, Jakarta.
- Swasta, Basu dan Handoko, T. Hani. 2018. **Manajemen Barang dalam Pemasaran**. Cetakan Kedua BPFE, Yogyakarta.
- Sulistiyawati, Eka, Multifiah, Titik, Dan Parubak, armanu. “*Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Patung Kayu Pada Toko Kerajinan Di Kecamatan Sukawati, Gianyar, Bali*”, FE Unibraw, Malang, 2021.
- Sarjono. “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Memakai Jasa Warnet di Kota Jember*”, UNTAG, Surabaya, 2021