

## Daftar Pustaka

- Afrillita T, Nur. 2013. *Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran SepedaMotor Pada PT. Samekarindo Indah di Samarinda* . eJournal AdministrasiBisnis, fisip-unmul, 1 (1): 56-70.
- Alma, Buchari, 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Amstrong, Kotler. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta : Erlangga, 2002  
.Antonio, Muhammad Syafi'i. "Alquran dan Daya Saing Ekspor",
- Arif, M. Nur Rianto Al. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Arif, Muhammad. *Marketing Skill* FEBI UIN-SU Press, 2017.
- Assauri, Sofyan, 2010. *Manajemen Pemasaran; Dasar, Konsep dan Strategi*, PT Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Assauri, Sofyan. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Assauri, Sofyan. *Manajemen Pemasaran* Jakarta: Rineka Cipta, 2011
- Dalimunthe, Zunaida Riska. *Analisis Strategi Pemasaran Pedagang Kaki Lima Pada MalamHari di Jalan Jenral Sudirman Binjai*", Skripsi: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2016.
- Departemen Agama RI. *Al-Quran dan Terjemahannya*, Jawa Barat: Sygma ExamediaArkaleema, 2007.

- Ekananda, Mahyus. *Ekonomi Internasional*, Jakarta: Erlangga, 2014. Kasmir.  
*Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2005.
- Handrian, Sonny. 2015, *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan pada PT Pulau Baru Jaya Banjarmasin*. Skripsi STIE Indonesia Banjarmasin.
- Kotler, Philip, 2012. *Manajemen Pemasaran; Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*, Terjemahan, Erlangga, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy, 2010, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Reorientasi Konsep, Perencanaan, Strategis Untuk Menhadapi Abad 21*, PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Suhartini. 2012, *Analisa SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan Percetakan*. Jurnal : Matrik Teknik Industri Universitas
- Manurung, M. *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Indeks, 2013.
- Minner, Jhon dan George Stainer. *Manajemen Strategik*, Jakarta: Erlangga.
- Munadi, Fandi Ahmad. *Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Kendaraan Motor pada CV Turangga Mas Motor*, Skripsi
- Muhammdiyah Gresik, Volume: XII, Nomor : 2, Bulan : Maret 2012, ISSN: 1693 - 5128 1
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta , 2008, hal. 8.

- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hal. 5
- Sondang P, Siagian, 2011. *Manajemen Strategik*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Sugiono , 2018. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta, 2018
- Swastha, Basu dan Irawan, 2013. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi kedua, Yogyakarta, Liberty.
- Swastha, Basu dan Sukotjo, 2010. *Pengantar Bisnis Modern*, Yogyakarta, Liberty.
- Swastha, Basu, 2011. *Asas-Asas Marketing*, Edisi Ketiga, Liberty, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy, 2014. *Pemasaran Jasa*, Bayumedia Publishing, Malang, Jawa Timur.
- Umar, Husien, 2011. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, PT. Gramedia Pustaka Utama & Jakarta Business Research Center, Jakarta.
- Winardi, *Kamus Ekonomi*, Alumni, Bandung, 1982, hal. 97

## ABSTRAK

**Rahma Yanti. Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Pada PT. Insan Bonafide Banjarmasin. Pemasaran dan produksi merupakan fungsi utama bagi perusahaan. Semua perusahaan berusaha memproduksi dan memasarkan produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Hj. Farida Yulianti dan Muhammad Hadini**

Penjualan merupakan upaya terpadu untuk menyusun rencana strategis yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan keuntungan. Penjualan merupakan urat nadi suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh keuntungan sekaligus sebagai upaya untuk menarik konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tariknya sehingga dapat mengetahui hasil dari produk yang dihasilkan. Penjualan adalah pengalihan hak atas sesuatu. Dari penjelasan tersebut maka dalam memindahkan atau memindahkan barang dan jasa diperlukan orang-orang yang bekerja di bidang penjualan, seperti trade operation, agen, service representative dan marketing representative.

Strategi pemasaran yang dilakukan PT. Insan Bonafide dapat meningkatkan jumlah penjualan Strategi yang dilakukan oleh PT. Insan Bonafide adalah, strategi produk; berusaha meningkatkan pengendalian kualitas karet alam, meningkatkan inovasi dan diferensiasi produk yang selama ini jarang tergantikan oleh teknologi. Strategi harga; melakukan penyesuaian harga yang kompetitif tanpa bergantung pada kebijakan dan birokrasi pemerintah. strategi distribusi; dengan memperluas saluran distribusi di pasar ekspor, terutama negara-negara yang dapat menjadi peluang pasar yang besar. Strategi promosi; Strategi promosi yang dilakukan meliputi penanaman citra cabang kepada konsumen mengenai kualitas produk terbaik dan keunggulan yang hanya dimiliki oleh PT. Insan Bonafide

Kata Kunci : Pemasaran, Penjualan, PT.Insan Bonafid