

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA UD. NELIA AZZAHRA KABUPATEN BARITO KUALA

M. Mahyuni¹, Erni Alfisah², Farida Yulianti³

¹Manajemen, 61201, fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan
(UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari, NPM17310051

²Manajemen, 61201, fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan
(UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari, NIDN1124066801

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

Email : yuni.m.051@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk 1. Untuk mengetahui kegiatan promosi yang dilakukan oleh UD. NELIA AZZAHRA Kabupaten Barito Kuala. 2. Untuk melihat pencapaian tingkat penjualan di UD. NELIA AZZAHRA Kabupaten Barito Kuala dengan adanya kegiatan promosi. Objek penelitian adalah UD. NELIA AZZAHRA Kabupaten Barito Kuala. Metode penelitian menggunakan deskriptive kualitatif dengan jenis data primer dan data sekunder (melalui wawancara, observasi, studi kepustakaan, Lapangan, dan dokumentasi.)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UD. NELIA AZZAHRA Kabupaten Barito Kuala mengalami beberapa kendala berupa (1) Kurangnya Promosi pada Perusahaan, (2) Keterbatasan dana untuk kegiatan pemasaran dan kegiatan promosi serta Persaingan Perusahaan yang Semakin Ketat antar Perusahaan lainnya. (3) Akibat Pandemi Covid-19. Penelitian Menyarankan Kepada UD. NELIA AZZAHRA Kabupaten Barito Kuala untuk (1) Lebih Meningkatkan lagi Kegiatan Promosi yang Sudah Berjalan, (2) Perusahaan Harus Segera Menambah Kegiatan Promosi yang Cepat dan Tepat berdasarkan dana anggaran yang tersedia, (3) Perusahaan Melakukan Kerjasama dengan Pihak Perbankan atau Perusahaan Pembiayaan lainnya Untuk Meningkatkan Dana untuk Perusahaan Apabila Sewaktu-waktu Terjadinya Kekurangan dana pada Perusahaan.

Kata Kunci : Kebijakan, Promosi, Penjualan

ABSTRACT

This study aims to 1. To find out the promotional activities carried out by UD. NELIA AZZAHRA, Barito Kuala Regency. 2. To see the achievement of the level of sales at UD. NELIA AZZAHRA Barito Kuala Regency with promotional activities. The object of research is UD. NELIA AZZAHRA, Barito Kuala Regency. The research method uses descriptive qualitative with primary and secondary data types (through interviews, observations, library studies, fieldwork, and documentation.)

The results showed that UD. NELIA AZZAHRA Barito Kuala Regency experienced several obstacles in the form of (1) Lack of Promotion at the Company, (2) Limited funds for marketing activities and promotional activities as well as Tighter Company Competition among other Companies. (3) Due to the Covid-19 Pandemic. Research Suggests To UD. NELIA AZZAHRA Barito Kuala Regency to (1) Further Improve Promotional Activities that are Already Running, (2) Companies Must Immediately Add Fast and Accurate Promotional Activities based on available budget funds, (3) Companies Cooperate with Banking Parties or other Financing Companies To increase funds for the company if at any time there is a shortage of funds in the company.

Keywords: Policy, Promotion, Sales

DAFTAR PUSTAKA

- Alfisyahrin, A. (2020). ANALISIS KEBIJAKAN PROMOSI DALAM USAHA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK LAMPIT ROTAN PADA CV DUTA BARITO BANJARMASIN. *Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB*, 2-8.
- Andriyanto, T. W. (2020). Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Optik Owndays Surabaya. *Doctoral Dissertation, STIE MAHARDIKA*, 5-6.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Buchari, A. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Buchari, A. (2017). *Manajemen dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Buchari, A. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Desi Kusumaningrum. (2020). Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Kasus Pada Toko Batik Benang Raja Semarang). Universitas Semarang Fakultas Ekonomi.
- Fandy, T. (2012). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.

- Fandy, T. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Deepublish.
- Fuadati, S. R. (2014). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Penjualan Produk di PT. United Indo Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Volume 3(10)*, 21.
- Karnila, A. (2017). Pengaruh Promosi dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Tabungan Ekasave Pada Bank. *Jurnal Manajemen*, 11-1.
- Kotler, & G. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran, Jilid 1 Edisi ke 9*. Jakarta: Erlangga. P125.
- Kotler, & K. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran By Philip Kotler & Gery Armstrong Edisi 12 Jilid 1 & 2. Edisi Ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. &. (2014). *Principles of Marketing, 12th Edition Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. &. (2016). *Marketing Management 15th*. New Jersey: Edition New Jersey. Pearson Pertice Hall.inc.
- Kulsum, N. M. (2017). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta.
- Laksmi, G. &. (2016). *Manajemen Perkantoran Modern. Cetakan Ke 2*. Jakarta: PT. Raya Grafindo .
- Mappadeceng, R. &. (2020). Analisis Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Pusat oleh-oleh Khas Jambi (Studi Kasus Outlet Tempohyac). *Eksis Jurnal ilmiah & Bisnis*, 91-92.
- Mira Handayani. (2019). *Strategi Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Toko Cahaya Terang Kota Palopo*. Palopo (Institut Agama Islam Negeri Palopo).
- Mulyana, M. (2019). *Strategi Promosi & Komunikasi*.
- Nasution, M. F. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 14(2).
- Noor, S. (2014). Penerapan Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio di Malang. *Jurnal intEkna*, 14(2), 102-209.
- Panjaitan, R. (2020). *Manajemen Pemasaran*.
- Rini Yohana. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mebel Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada UD. Jati Makmur Kabupaten Pati)*. Semarang (Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang).
- Rizani, A. (2020). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CV.MITRA AROMA DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM*. (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).

- SAN'AH NUR, A. M. (2021). ANALISIS BAURAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN HONDA PADA KRIDA HONDA KOTA MATARAM (Studi Kasus Krida Honda Jl. Gajah Mada No. 88, Jempong Baru, Kec. Sekarbele). (*Doctoral dissertation Universitas_Muhammadiyah_Mataram*).
- Sari, E. N. (2020). ANALISIS KEBIJAKSANAAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN KERIPIK PISANG PADA RUMAH PRODUKSI KURNIA TAPIN. (*Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB*).
- Sugiyono. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Dalam Buku Albi Anggili & Johan Setiawan, S.pd.
- Wahyuni , W. (2019). *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Hadji Kalla Cabang Gowa*. (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Zahro , S. L. (2019). *Implementasi bauran promosi dalam upaya meningkatkan volume penjualan pada Toko Bangunan Tunggal Tata* . Tuban, Jawa Timur: (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).