

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DAN PENDAPATAN PADA PT PLN (PERSERO) UP3 PALANGKA RAYA

Yuliawan Dwi Nugraha¹, Dwi Wahyu Ariningsih², Hairul³

¹Manajemen, 61201, fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari, NPM18310159

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, NIDN1125096201

Email : dwinugraha0159@gmail.com

ABSTRAK

Yuliawan Dwi Nugraha, 2021, Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan dan Pendapatan pada PT PLN (Persero) UP3 Palangka Raya, Pembimbing I : Dwi Wahyu Ariningsih, Pembimbing II : Hairul.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan dan Pendapatan yang dilakukan PT PLN (Persero) UP3 Palangka Raya.

Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Informan dalam penelitian ini adalah Assisten Manager Pemasaran PT PLN (Persero) UP3 Palangka Raya. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik Observasi, Wawancara dan Studi Dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran untuk meningkatkan Penjualan dan Pendapatan PT PLN (Persero) UP3 Palangka Raya dengan 5 komponen strategi yakni : (1) Segmentasi (2) Targeting (3) Positioning (4) Bauran Pemasaran (5) Strategi Penentuan Waktu.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Penjualan, Pendapatan

ABSTRACT

Yuliawan Dwi Nugraha, 2021, Analysis of Marketing Strategy to increase sales and revenue at PT PLN (Persero) UP3 Palangka Raya, Advisor I : Dr. Dwi Wahyu Ariningsih, SE, MM, Pembimbing II : Hairul, SE, MM.

This study aims to know the marketing strategy to increase sales dan revenue carried out by PT PLN (Persero) UP3 Palangka Raya.

This research method uses a qualitative descriptive method. The informant in this study were Assistant Marketing Manager of PT PLN (Persero) UP3 Palangka Raya. Data collection techniques used in this study were observation, interviews, and documentation studies.

The results showed that marketing strategy to increase sales and revenue at PT PLN (Persero) UP3 Palangka Raya with 5 strategic components, that is : (1) Segmentation (2) Targeting (3) Positioning (4) Marketing Mix (5) Timing Strategy

Keywords: Marketing Strategy, Sales, Revenue

DAFTAR PUSTAKA

Dr. Marissa Grace Haque-Fawzi, S.H., M.Hum., M.B.A., M.H., Msi Strategi Pemasaran-Konsep, Teori dan Impelementasi (2022)

Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, (Yogyakarta: Andi, 1995), h.3

Fania I. (2018). Analisis Penjualan Listrik Dalam Meningkatkan Perolehan Laba pada PT PLN(Persero) Wilayah Sumatera Utara.

<http://repo.iain-tulungagung.ac.id/14459/4/BAB%20I.pdf>

<http://digilib.polban.ac.id/files/disk1/88/jbptppolban-gdl-artharosal-4373-3-bab1--5.pdf>

<http://repositori.wbi.ac.id/bitstream/handle/123456789/101/5%20Chapt%20II.pdf?sequence>

<http://www.definisi-pengertian.com/2015/07/definisi-pengertian-pemasaran-menurut-ahli.html>

<https://web.pln.co.id/tentang-kami/profil-perusahaan>

<https://web.pln.co.id/statics/uploads/2021/08/Company-Profile-PLN-082021.pdf>

Kanada Kurniawan, Pengertian Strategi Pemasaran Menurut Para Ahli (2021) Philip Kotler dan Gary Amstrong, Dasar-Dasar Pemasaran, Terjemahan oleh:

Alexander Sindoro, (Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia, 2003), h.1