

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN PADA SPBU PT. INAYAH GRUP CB. AHMAD YANI KM.06
BANJARMASIN**

Ahmad Fadel Farhan¹, Farida Yulianti² Dewi Lesmanawati³

¹Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Arsyad Al Banjari
NPM 19310911

² Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Arsyad Al Banjari
NIDN 1121076901

³ Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Arsyad Al Banjari
NIDN 1118128001

ABSTRAK

Ahmad Fadel Farhan, 2023, Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada SPBU PT. Inayah Grup Cb. Ahmad Yani KM.6 Banjarmasin, Pembimbing I: Farida Yulianti, pembimbing II: Dewi Lesmanawati.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan target pada Divisi Business Government Enterprise Service (BGES) Corporate SPBU PT. Inayah Grup Cb. Ahmad Yani KM.6 Banjarmasin yang selama ini dan yang seharusnya.

Metode penelitian menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Populasi dan sampel dalam penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi, wawancara dan observasi.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa produk yang dijual PT. Inayah Grup Cb. Ahmad Yani KM.6 Banjarmasin hanya 3 jenis dengan 3 dispenser dan memiliki lahan yang terbatas serta tidak memiliki *rest area* dan terletak dipersimpangan jalan yang rawan kemacetan dan kecelakaan. Sebaiknya pada SPBU PT. Inayah Grup Cb. Ahmad Yani KM.6 Banjarmasin membenahi keadaan pertamina, menyediakan *rest area*, perluasan lahan mengingat masih ada lahan kosong yang dimiliki serta memberikan pelayanan yang optimal dan jujur kepada para konsumen. Kemudian sering terdengar oleh konsumen bahwa takaran yang kurang pas, promosi dan sosialisasi yang belum menyentuh konsumen pada SPBU, langkah apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut.

Kata Kunci: Produk, Lokasi, Promosi, Pemasaran

- Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1998, hal. 4porter (1985) dalam buku analisis swot Freddy Rangkuti (2017:4)
- Eddy Soeryanto Soegoto. 2014. *Enterpreneurship: Menjadi Pebisnis Ulung Edisi Revisi*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo
- Freddy Rangkuti (2017: 6) Freddy Rangkuti (2017: 6) pada prinsipnya strategi dapat dikelompokakan berdasarka tiga tipe strategi, yaitu strategi manajemen, strategi investasi, dan strategi bisnis.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, Amstrong. 2016. *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited.
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Learned, E., Christensen, C.R., Andrews, K., and Guth, W. 1965. *Business Policy Text & Cases*. Irwin, Homewood, IL, USA
- lfred, D. Chandler, Jr. 1962. *Strategy and Structure : Chapters in The History of The Industrial Enterprise*. Cambridge Mass : Mit Press.
- Linia Primanita Riyanti, 2015 *STUDI KASUS KESULITAN BELAJAR MAHASISWA ANGKATAN 2010 DI DEPARTEMEN PENDIDIKAN SENI MUSIK FPSD UPI Universitas Pendidikan Indonesia* | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu Daftar Pustaka Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana (2020) *Pemasaran : Penerbit Andi Yogyakarta*
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Irawati dan Hery Syahrial. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Modem Smartfren pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area*. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen Vol. 1 No. 2*. Adisaputro (2018
- Kadhim et al.(2016). *pengaruh product, price, places distribution, promotion, people, process dan physical eviden terhadap customer satisfactio (kepuasan pelanggan)*.
- Li (2018). *Pengaruh Reliabilitas, Tangible, Empati, Responsiveness, Asuransi, Gambar Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Sepatu Belle Di Kota Lanzou China*. *International Journal of Business and Management, Vol.6, p.207*. Warikiet al. (2020
- Mahmudet al. (2018). *The Effect Of Service Quality And Price On Satisfaction Andloyalty Of Customer Of Commercial Flight Service Industry*. *International Journal of Business and*

Management, Vol.6, p.207. Warikiet al.
(2020)

Warikiet al.2020. Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area. Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen Vol. 1 No. 2.