

**SKRIPSI**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ALAT BERAT DALAM UPAYA  
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN  
(Study kasus pada PT. Indotruck Utama Cabang Banjarmasin)**

**Diajukan Sebagai Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh :**

**Muhammad Rizqi Rakhman**

**NPM : 18310847**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM KALIMANTANMUHAMMAD ARSYAD  
AL-BANJARI BANJARMASIN**

**2022**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



1. Nama Lengkap : Muhammad Rizqi Rakhman
2. Tempat/Tgl Lahir : Barabai, 16-01-2000
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Agama : Islam
5. Alamat Rumah : Jln. Keramat Manjang RT.8 RW.3 Barabai Barat  
Kec. Barabai Kab. Hulu Sungai Tengah No. Hp 085751980067
6. Email : Rizqi1233@gmail.com

Terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi UNISKA Banjarmasin Program Studi Manajemen

## **ABSTRAK**

**Muhammad Rizqi Rakhman, 2022, Analisis Strategi Pemasaran Alat Berat Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Indotruck Utama Cabang Banjarmasin, Pembimbing I : Dr.H.Mohammad Zainul, SE., MM Pembimbing II : Hairul, SE., MM**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) bagaimana kebijaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan PT. Indotruck Utama Cabang Banjarmasin dalam upaya meningkatkan volume penjualannya, (2) kendala apa saja yang dihadapi dan (3) upaya yang dilakukan untuk mengatasi kendala yang dihadapi dalam menerapkan kebijaksanaan strategi pemasaran guna meningkatkan volume penjualannya.

Rancangan penelitian menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan kebijaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan PT. Indotruck Utama Cabang Banjarmasin dalam upaya meningkatkan volume penjualannya sudah cukup baik. Kendala yang dihadapi berupa kesediaan barang dan pengiriman barang yang masih kurang, harga tergolong mahal, promosi masih dilakukan melalui disitus website, tidak memiliki tim online dalam penyalurannya. Upaya yang dilakukan untuk mengatasi kendala adalah meningkatkan mutu dan kualitas produk, perhatian pada persediaan barang yang dibutuhkan costumer, adanya pelayanan service gratis terhadap produk yang digunakan, penetapan harga lebih fleksibel dan adanya diskon atau harga khusus, peningkatan frekuensi iklan, membuka perusahaan di beberapa tempat, memberikan target terhadap penjualan dan pemberian santunan agar costumer lebih bisa mengenal lebih dekat

**Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Penjualan**

## **ABSTRACT**

***Muhammad Rizqi Rakhman, 2022, Analysis of Heavy Equipment Marketing Strategy in Increasing Sales at PT. Indotruck Utama Banjarmasin Branch, Supervisor I : Dr.H.Mohammad Zainul, SE., MM Supervisor II : Hairul, SE., MM***

*This study aims to find out (1) how the wisdom of the marketing strategy carried out by PT. Indotruck Utama Banjarmasin Branch in an effort to increase its sales volume, (2) what obstacles were encountered and (3) efforts were made to overcome the obstacles faced in implementing marketing strategy policies in order to increase sales volume.*

*The research design used a descriptive method with a qualitative approach and used interview, observation and documentation techniques.*

*The results of the study indicate the wisdom of the marketing strategy carried out by the company PT. Indotruck Utama Banjarmasin Branch in an effort to increase its sales volume has been quite good. Constraints faced in the form of availability of goods and delivery of goods that are still lacking, prices are quite expensive, promotions are still carried out through the website, do not have an online team in distribution. Efforts made to overcome the obstacles are improving the quality and quality of the product, paying attention to the inventory of goods needed by the customer, providing free services for the products used, more flexible pricing and discounts or special prices, increasing the frequency of advertisements, opening companies in several places. , provide targets for sales and provide compensation so that customers can get to know more closely*

***Keywords: Marketing Strategy, Sale***

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggit Nur Hidayati 2015, *Strategi Distribusi Spare Parts Sepeda Motor Pada PT. Internasional Astra Tbk Honda Jogjakarta*, Universitas Negri Jogja, Yogyakarta.
- Arikunto,S. 2014. *Prosedur Suatu Pendekatan Praktek*, Rineka Cipta, Jakarta
- Assauri, Sofyan, 2013, *Manajemen Pemasaran*, edisi pertama, cetakan kedelapan, Penerbit : Raja Grafindo, Jakarta.
- Basu Swasta dan T. Hani Handoko, 2014, *Manajemen Pemasaran, Analisa. Perilaku Konsumen*, edisi pertama, cetakan keempat, Penerbit : BPF, Yogyakarta.
- Buchari Alma, 2014, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi Revisi,Bandung : Penerbit CV. Alfabeta.
- Catur E. Rismiati dan Ig. Bondan Suratno, 2015, *Pemasaran Barang dan Jasa* Penerbit : Kanisius, Yogyakarta
- Chandra, Gregorius.. 2002. *Strategi Dan Program Pemasaran*. Edisi I. Andi. Yogyakarta
- Freddy. 2009. *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Gugup, kismono. 2001. *Bisnis Pengantar*. Yogyakarta. BPF
- Hasan, Iqbal, 2014, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta: PT. BumiAksara,
- Hendra Teguh, Ronny A. Rusli, dan Benyamin Molan (2014;9), *Bauran Promosi*, Penerbit PT Pretalindo
- Hurriyati, Ratih. 2014, *Bauran Pemasran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung Alfabeta.
- Indriyi Gitosudarmo, 2014, *Manajemen Pemasaran*, edisi pertama, cetakan keempat, Penerbit : BPF-Yogyakarta.
- Kotler, Philip, 2015, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 12, PT Indeks, New Jersey.
- Muhammad Firdaus 2013, *Manajemen Agribisnis*, edisi satu, cetakan pertama, Penerbit : Bumi Aksara, Jakarta.
- Nitisemito, 2014, *Manajemen Personalialia*, Ghalia Indonesia, Jakarta

- Philip, K., dan Keller, K. N. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga: Jakarta
- Riduwan, 2016. *Belajar Mudah Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sofyan. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Sunarto. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : BPFU-UST.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta
- Suharyadi, Purwanto S.H. 2015. *Statistika*. Edisi Kedua. Salemba Empat. Jakarta.
- Sukirno, Sadono. 2014. *Makro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta : PT RajaGrafindo Perkasa.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta
- Stanton, William J. 2003. *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Sadu Sundaru. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta :Erlangga.
- Swasta, Basu DH. 2012. Dalam Buku Danang Sunyoto. *Dasar-Dasar ManajemenPemasaran*. Yogyakarta.
- Sunyoto, Danang. 2013 . *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta. CAPS
- Syamsuri.2010. *Analisis Penerapan Strategis pada Rumah Makan Ayam Bakar Solo Cabang Malang*. Jurnal Skripsi universitas islam Negeri Maulan Malik Ibrahim Malang
- Sweeney, J.C., Soutar, G.N., & Johnson, L. W., 1998, “*Consumer perceived value: Development of a multiple item scale*, American Marketing Association Conference Proceedings, 9, 138.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*; Edisi Keempat, Cetakan 1. Jakarta Andi.
- Yazid, 2015. *Pemasaran Jasa, Konsep, dan Implementasi*, edisi ke-1, Yogyakarta, Indonesia Fakultas Ekonomi UI