

ANALISIS STRATEGI PROMOSI PADA PT. KALIMAS KHARISMA BANJARMASIN

Hariyati Ulfah, 2022, ANALISIS STRATEGI PROMOSI PADA PT. KALIMAS KHARISMA BANJARMASIN, Pembimbing I : Husnuroffiq., Pembimbing II : Erni Alfisah.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang diterapkan oleh PT. Kalimas Kharisma Banjarmasin ? (2) Untuk mengetahui kendala apa saja yang dihadapi PT. Kalimas Kharisma Banjarmasin dalam menjalankan strategi promosi yang telah ditetapkan ? (3) Untuk mengetahui upaya apa saja yang dilakukan oleh PT. Kalimas Kharisma Banjarmasin untuk mengatasi hambatan tersebut ? Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Serta teknik pengolahan data dalam penelitian ini melalui editing, klasifikasi, dan diskripsi. Dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan berkaitan pada teori yang relevan, reduksi data, penyajian data untuk mendapatkan pemecahan masalah, menarik kesimpulan dan memberikan saran.

Hasil penelitian ini adalah (1) Strategi yang dijalankan oleh PT. Kalimas Kharisma Banjrmasin baik yaitu dengan melakukan Periklanan (Advertising), Promosi Penjualan (Sales Promotion), Penjualan Personal (Personal Selling), Pemasaran Langsung (Gerebak Pasar) (2) Kendala yang dihadapi dalam menjalankan strategi promosi Dalam hal periklanan harus mengeluarkan biaya yang cukup besar karena harus mencetak brosur setiap 1 bulan sebanyak 2 kali, Promosi dalam melakukan penjualan bahwa tantangan yang mereka hadapi adalah mengenalkan produk baru, Penjualan Personal (High Target) (3) Upaya yang dilakukan oleh PT. Kalimas Kharisma Banjarmasin dalam menjalankan strategi promosi yaitu melalui knowledge sharing, penjualan langsung (Diskon & Banting Harga), dan kebijakan memberikan support berupa bonus tambahan agar semangat dalam mengejar target yang ditentukan.

Kata Kunci : Strategi & Promosi

ABSTRACT

This study aims to determine (1) To find out how the promotion strategy implemented by PT. Kalimas Kharisma Banjarmasin ? (2) To find out what obstacles PT. Kalimas Kharisma Banjarmasin in carrying out the promotion strategy that has been set? (3) To find out what efforts were made by PT. Kalimas Kharisma Banjarmasin to overcome these obstacles? This research method uses descriptive qualitative method. As well as data processing techniques in this study through editing, classification, and description. And the analysis technique used in this research is related to the relevant theory, data reduction, data presentation to get problem solving, draw conclusions and provide suggestions.

The results of this study are (1) the strategy implemented by PT. Kalimas Kharisma Banjrmasin is good, namely by doing Advertising (Advertising), Sales Promotion (Sales Promotion), Personal Selling (Personal Selling), Direct Marketing (Market Carts) (2) Obstacles faced in carrying out promotional strategies In terms of advertising, it must pay quite a bit big because they have to print brochures every 1 month 2 times, Promotion in making sales that the challenges they face are introducing new products, Personal Sales (High Target) (3) Efforts made by PT. Kalimas Kharisma Banjarmasin in carrying out its promotional strategy, namely through knowledge sharing, direct sales (Discounts & Discounts), and the policy of providing support in the form of additional bonuses so that enthusiasm in pursuing the specified target.

Keywords: Strategy & Promotion

PT. Kalimas Kharisma Banjarmasin memberikan support berupa bonus tambahan diluar dari pada bonus bulanan agar karyawan menjadi semangat dalam mengejar target yang ditentukan.

Saran

Untuk PT. Kalimas Kharisma Banjrmasin agar melakukan kerja sama dengan perusahaan lokal seperti Duta TV, Banjarmasin Post agar masyarakat lebih tertimulasi karena telah melihat iklan yang disebarakan oleh PT. Kalimas Kharisma Banjarmasin.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2017). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Kesembilan. Bandung : Alfabeth
- Djaslim Saladin Dan Herry Achmad Buchory. (2017). Manajemen Pemasaran Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi, Dan Tanya Jawab. Linda Karya, Bandung.
- Freddy Rangkuti. (2013). Riset Pemasaran. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Fred, R David. (2011). Strategic Management Manajemen Strategi Konsep,. Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.
- Jorfi, H. Yaccob, H. F. B., & Shah, I.M. (2011). Relationships among Strategic
- Herman. 2011. Manajemen dan Evaluasi Kinerja. Jakarta: Jaya Agung Management, Strategic behaviors, Emotional Intelligence, IT-business Strategic Alignment, Motivation and Communication Effectiveness. International Journal of Business and Management, 30-37.
- Kirovska, Z. (2011). Strategic Management within the Tourism and the World Globalization. Journal of Economics, 2(1): 69-76.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1,. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2014). Manajemen Pemasaran, Edisi ke- 13, Jilid 1&2, Alih Basaha: Bob Sabran, Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education,Inc
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2017). Manajemen Pemasaran. Edisi 1.Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta :Erlangga
- Kusumadmo, E. (2013). Manajemen Strategik Pengetahuan. Yogyakarta : Cahaya Atma Pustaka.
- Moleong, Lexy J. (2010). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung, PT. Remaja Rosdakarya
- Rangkuti, Freddy. (2016). Teknik Membedakan Kasus Bisnis Analisis SWOT. Jakarta : PT Gramedia
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran. Jakarta: FKIP UHAMKA.
- Tjiptono Fandy. (2001). Strategi Pemasaran. Edisi Pertama Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono Fandy. (2015). Strategi Pemasaran, Edisi 4. Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2017). Strategi Pemasaran, Edisi 4. Yogyakarta : Andi Offset
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta
- Winarno, Budi. (2016). Kebijakan Publik Era Globalisasi (Teori,Proses dan Studi Kasus Kompratif). Yogyakarta : CAPC (Center Of Academic Publishing Service)
- York, K. M., Miree, C. E. (2012). Searching for Trace Evidence of Strategic Management Decisions: Using Organizational Theory to Understand the Competitive Environment. Journal of Strategic Management Education. 8(2):147-172.