

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA USAHA PERCETAKAN IMAM BANJARMASIN

Oktaviani Sihite¹, Erni Alfisah², Purboyo³

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA)
Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, 19311075

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA)
Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, 112406680

³Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA)
Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, 1126067301

Email : viyasihite24@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) strategi pemasaran yang digunakan dalam meningkatkan omzet penjualan di percetakan imam Banjarmasin; dan (2) apa saja implementasi strategi pemasaran dalam upaya peningkatan omzet di percetakan imam Banjarmasin yang seharusnya akan dilakukan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun metode analisis data yang digunakan ialah Teknik analisis kualitatif dengan triangulasi sumber.

Hasil penelitian yang didapatkan yaitu strategi pemasaran yang dilakukan Percetakan Imam Banjarmasin menggunakan strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning. Juga menerapkan strategi marketing mix 4p (Product, Price, Place, dan Promotion). Dari strategi tersebut didapati hal penunjang dan penghambat dalam upaya meningkatkan omzet di Percetakan Imam Banjarmasin. Kendala yang dihadapi Percetakan Imam Banjarmasin selama pemasaran yaitu kurang aktif dalam mengembangkan media sosial. Percetakan Imam Banjarmasin diharapkan dapat mengatasi kendala media sosial yang menjadi kekurangan dalam kegiatan pemasaran. Sehingga Percetakan Imam Banjarmasin dapat memanfaatkan dan memperluas pemasaran media sosial yang saat ini sedang ramai.

Kata kunci: Meningkatkan Omzet, Penjualan, Strategi Pemasaran

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. (2015). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Arifin, Z. (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29 (1).
- Daryanto, L. H., & Hasiholan, L. B. (2019). The Influence Of Marketing Mix On The Decision To Purchase Martabak “Setiabudi”Pak Man Semarang. *Journal of Management*, Vol 5, No 5.
- Erga, & Mamok, A. (2022). Akademi Manajemen Informatika dan Komputer. *HASS Jurnal Nuansa Informatika*, 34.
- Hasan , A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Caps.
- Hasan. (2014). *Strategi Pemasaran dan Bauran Pemasaran*. Jakarta: Gramedia.
- Irawan, R. (2018). Prosedur Administrasi Penjualan Pada Usaha Jaya Teknika. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Akademi Bina Sarana Informatika*, 16(1), 26-30.
- Khuriyati, T. (2013). FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB PENURUNAN OMZET PENJUALAN PADA INDUSTRI KERAJINAN MONEL DI DESA KRIYAN KABUPATEN JEPARA. *Skripsi Universitas Negeri Semarang*, 22.
- Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis kompetensi. Edisi ketiga*. Jakarta: Salemba.
- Manullang. (2015). *Konsep Produksi dan Bauran Pemasaran*. Bandung: Universitas Islam.
- Mujahidin, A. (2019). Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) pada Zakiyya House Bojonegoro. *In Prosiding Seminar Nasional Unimus*, Vol 2.
- Nissa, N., & Retno, H. (2013). *Analisis Perbedaan Omzet Penjualan berdasarkan jenis hajatan dan waktu pada cateringg sonokembang*. Semarang: Jurnal Liquidity.
- Pranada, H. R., & Hasanuddin, M. I. (2018). Analisis Penjualan Produk Resto Cafe Roemah Nenek. *Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia*.
- Purwanto. (2008). *Manajemen Strategi*. Bandung: Yrama Widya.
- Puspita, R. (2020). Analisis Strategi Pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk original sparepart mobil pada cv. budi motor di banjarmasin. (*Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB*).

- Razak, M. (2020). Analisis strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan omset penjualan produk pada pt. Pos elektronik banjarmasin. (*Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB*).
- Sanjaya, R.S. (2017). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Unit Usaha Aqiqah Pada Laz Nurul Hayat Medan, (*Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Medan*).
- Selang, C. A. (2013). Bauran pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall. In *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Vol.1* (p. 3). Manado: Jurnal EMBA.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2015). Perilaku Konsumen Teori Penerapannya Dalam Pemasaran. In *Edisi Kedua. Cetakan Ketiga*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Syahroni, M. H. (2018). *Pengaruh Harga, Lokasi, Tingkat Pendidikan Jenis Corak barang terhadap kinerja usaha*. Bandung: Universitas Pasundan.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wardah, S. (2020). Efektivitas Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Target Omzet Pendapatan Anggota Pada Koperasi Syariah BMT Mekar Dakwah Serpong Tangerang Selatan. (*Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*).