

# ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UD. SULAIMAN DI KOTA BANJARMASIN

Amalia<sup>1</sup>, Hairul<sup>2</sup>, Nurul Hasanah<sup>3</sup>

<sup>1</sup>)Manajemen,61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB, NPM.19310875

<sup>2</sup>)Manajemen,61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB, NIK.069908141

<sup>3</sup>)Manajemen,61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB, NIK.061604895

Email: [iyaamaliaa6@gmail.com](mailto:iyaamaliaa6@gmail.com)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) mengetahui bagaimana strategi pemasaran pada UD. Sulaiman dalam mengelola bauran pemasaran atau *Marketing Mix*, (2) mengetahui kendala atau hambatan yang mempengaruhi pada penjualan di UD. Sulaiman.

Rancangan penelitian ini yaitu penelitian kualitatif yang dilakukan dengan apa adanya atau sesuai dengan fakta yang ada dilapangan tanpa adanya suatu karangan atau manipulasi yang mana data didapat melakukan dengan cara observasi dan wawancara langsung dilapangan tersebut.

Hasil penelitian ditunjukkan : (1) UD. Sulaiman menggunakan strategi pemasaran yang dijalankan masih dari mulut ke mulut dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan untuk penjualan jangka panjang, (2) yang menjadi kendala atau hambatan pada UD. Sulaiman yaitu terkadang adanya kerusakan alat yang mempengaruhi memperlambatnya proses pengerjaan produk dan keadaan batang pohon yang kering bisa menjadi kayu yang hasilnya tidak bagus dan mengakibatkan harga menurun, serta adanya pesaing yang berani menjual dengan harga murah.

**Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Peningkatan Penjualan dan kendala**

## ABSTRACT

*This study aims to : (1) find out how the marketing strategy at UD. Sulaiman in managing the marketing or marketing mix, (2) knowing the constraints or obstacles that affect sales at UD. Sulaiman.*

*The design of this research is a qualitative research that is carried out as it is or in accordance with the fact in the field without any composition or manipulation in which the data is obtained by direct observation and interviews in the field.*

*The research results indicated : (1) UD. Sulaiman uses a marketing strategy that is still carried out by word of mouth and maintains good relationship with customers for long term sales, (2) which is an obstacle or obstacle to UD. Sulaiman according to, sometimes there is equipment damage which slows down the production process and the condition of dry tree trunks can become wood which results in poor result and causes prices to decrease, as well as competitors who dare to sell at low prices.*

**Keywords : Marketing Strategy, increase in sales and constraints**

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri. (2014) *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep, dan Strategi)*. Depok : PT. Raja Grafindo Persada.
- Assauri. (2015) *Faktor-Faktor Strategi Pemasaran*. Semarang : Pusaka Baru.
- Buchari Alma. (2015) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Edi Sofian. (2016) *Jurnal Manajemen Risiko Perbankan Dalam Meminimalisir Kredit Bermasalah di Bidang Modal Usaha Pada PT. Mandiri Mitra Usaha Cabang A.R Hakim* : Medan.
- Erliana sari. (2006) *Teori Organisasi Manajemen*. Jakarta : Jayabaya University Press.
- Fred R David. (2011) *Manajemen Strategis*. Jakarta Salemba Empat : Edisi ke-12.
- Hamel dan Prahalad. (2002) *Perkembangan Manajemen Strategy*. Jakarta : Gramedia. Jakarta : Alfabet.
- Kotler, Amstrong. (2012) *Manajemen Pemasaran Edisi 13.* Jakarta : Buku Manajemen
- Kurtz. (2008) *Prinsip Pemasaran Kontemporer*. Thomsons Barat Daya.
- Meilly Yanni Yanwar. (2016) *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Serasi Auto Raya Jakarta*.
- Moh Rusdi. (2007) *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya*. Madura : Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis
- Mursid. (2014) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Bumi Aksara Pustaka Utama.
- Rachmawati, R. (2011). *Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran)*.
- Rangkuti. (2014) *Pengertian Manajemen Strategi*. Kutai Kartanegara : PT Gramedia
- Sastroadmodjo, Sunarno. (2013) *Manajemen Pemasaran (Marketing)*. Bandung : CV. Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. (2013) *Statiska untuk Penelitian*. Bandung CV. Alfabeta
- Sugiyono. (2014) *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan ke 18 Bandung
- Sunarto. (2013) *Lingkungan Manajemen Pemasaran dan Aspeknya*. Jakarta : Rajagrafindo .
- Tjiptono, Fandy. (2008) *Strategi Pemasaran Edisi Pertama*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Ujang Sumawarman. (2014) *Perilaku Konsumen*. Bogor : Ghalia Indonesia.