

# **ANALISIS PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN GUNA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PT PROBESCO DISATAMA CABANG BANJARMASIN**

## **ABSTRAK**

Anselmus Rianto<sup>1</sup>, Aida Vitria<sup>2</sup>, Hairul<sup>3</sup>

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari  
Banjarmasin, 19.31.0184

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari  
Banjarmasin, 069.409.109

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari  
Banjarmasin, 069.908.141

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

Website : [uniska-bjm.ac.id](http://uniska-bjm.ac.id)

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui (1) strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT Probesco Disatama Cabang Banjarmasin selama ini guna meningkatkan volume penjualan, (2) hambatan yang dihadapi selama menerapkan strategi pemasaran guna meningkatkan volume penjualan, (3) upaya-upaya yang dilakukan dalam mengatasi hambatan selama menerapkan strategi pemasaran guna meningkatkan volume penjualan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, serta menggunakan teknik analisis reduksi data, penyajian data dan verifikasi data.

Hasil penelitian ini adalah (1) menyediakan produk yang dibutuhkan pihak baik perorangan maupun badan usaha yang menggunakan alat berat, memberikan harga terbaik dengan kualitas yang terbaik dan dapat bersaing dengan kompetitor sejenis, melakukan penawaran dengan maksimal dan menarik yang dikerahkan melalui sales, menyediakan pemesanan melalui website, telepon dan dapat langsung dibeli di kantor PT Probesco Disatama Cabang Banjarmasin, dan lokasi kantor yang sangat strategis untuk dikunjungi karena berada dipinggir jalan raya, dan pendistribusian barang mudah dengan adanya layanan pengantaran, (2) Hambatan yang dihadapi adalah banyaknya perusahaan kompetitor sejenis, jenis produk alat berat yang sangat beragam dengan spesifikasi berbeda-beda hingga harus lebih memahami produk yang lebih dibutuhkan pangsa pasar, proses pembelian berulang akan membutuhkan waktu yang cukup lama, dan tidak memiliki anak cabang di daerah pertambangan, (3) Upaya yang dilakukan untuk mengatasi hambatan tersebut adalah dengan lebih gencar melakukan penawaran kerja sama menjadi relasi, menyesuaikan stok gudang sesuai dengan tingkat penjualan masing-masing produk, menyediakan layanan pengantaran, PT Probesco Disatama Cabang Banjarmasin menjamin keahlian dan keprofesionalan mekaniknya serta menyediakan suku cadang yang asli dan kualitas alat berat yang terbaik.

## **Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Volume Penjualan.**

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Abdurrahman, Nana Herdiana. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Anoraga, Pandji, (2012). *Manajemen Bisnis*, Rineka Cipta, Jakarta: Dharma,
- Assauri, Sofjan. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Basu Swastha Dharmmesta. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPFE: Yogyakarta. Buchari Alma.
- Deliyanti Oentoro. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang. PRESSindo.
- Diniaty, Dewi dan Agusrinal. (2014). *Perancangan Strategi Pemasaran pada Produk Anyaman Pandan*. Jurnal Sains, Teknologi Industri, Vol. 11, No. 2.
- Doni, Juni, Priansa, dan Suwatno. (2013). *Manajemen SDM dalam Organisasi*. Publik dan Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Efendi Pakpahan. (2009). *Volume Penjualan*. Jakarta: PT Bina Intitama Sejahtera.
- Fandy Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Fandy Tjiptono. (2017). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler dan Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong. (2014). *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Boon, Kurtz. (2008). *Contemporary Marketing*., New York: Sount-West. Cengage Learning.
- Moekijat. (2011). *Sistem Informasi Manajemen & Definisi Data*, Bandung: Remaja Roskadarya.
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Winardi. (2011). *Motivasi Pemotivasian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.