

# ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK PADA TOKO RAHMAT ROKOK TANJUNG

**Zulia Rahmadina<sup>1</sup>, H. Maskur<sup>2</sup>, Prihatini Ade Mayvita<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, 19311028

<sup>2</sup>Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, 1118096201

<sup>3</sup>Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, 0019057201

**Email:** [zuliarahmadina0@gmail.com](mailto:zuliarahmadina0@gmail.com)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) strategi pemasaran apa yang telah diterapkan untuk meningkatkan penjualan produk di Toko Rahmat Rokok Tanjung, (2) hambatan apa yang membuat strategi tersebut tidak dapat diterapkan sepenuhnya, dan (3) strategi pemasaran apa yang harus dilakukan. Diterapkan untuk lebih meningkatkan penjualan. Penelitian ini merupakan contoh penelitian deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan informasi, seperti melakukan eksperimen, melakukan wawancara, dan menyimpan catatan terperinci. Pendekatan Miles dan Huberman yang digunakan meliputi empat tahapan (reduksi data, pengumpulan data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan). Berdasarkan kajian yang dilakukan di Toko Rahmat Rokok Tanjung: (1) Harga (*price*), harga yang beragam tergantung spesifikasi produk yang dibeli. Tempat (*place*), lokasi sangat strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen. Promosi (*promotion*), dilakukan dengan mulut ke mulut, *banner*, media sosial, dan *personel selling*. Orang (*people*), dengan adanya karyawan proses penjualan hingga proses pelayanan dilakukan dengan maksimal. Proses (*process*), dengan adanya tahapan teratur mulai dari pemesanan sampai penjualan akan berdampak baik. Bukti fisik (*physical evidence*), bukti fisik toko sangat bagus dan tata letak produk yang rapi. (2) Kendala yang dihadapi Toko Rahmat Rokok Tanjung yaitu harga produk naik setiap minggunya banyak konsumen menginginkan harga beli dengan harga tetap dan ketika barang yang dijual itu sangat langka, biasanya pihak toko sudah mendapatkan harga yang lumayan tinggi dengan terpaksa pihak toko menjual dengan harga tinggi. (3) Strategi pemasaran yang seharusnya dilakukan pada Toko Rahmat Rokok Tanjung dengan menggunakan peningkatan penjualan yaitu dengan harga, promosi, kualitas produk, distribusi produk.

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran, Volume Penjualan, *Marketing Mix*

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada
- Abdurrahman, N. (2018). *Manajemen Strategi Pemasaran Bandung*: Pustaka Setia
- Adelia, S. (2019). *Analisis Strategi Saluran Distribusi Pada PT Rajawali Nusindo Cabang Medan* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).
- Ahmad Rama Purnomo. (2018). *Strategi Pemasaran pada Toko Rahayu dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Barang Jalan Yos Sudarso Kota Palangka Raya*.
- Alfiyani, A. (2022). *Strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada produk bahan bangunan di masa pandemi Covid-19 Di Toko Bangunan Sidik Putra Selong Lombok Timur* (Doctoral dissertation, UIN Mataram).
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing. 17th red. New. York*.
- Armstrong, Kotler. (2015). "Marketing introducing prentice Hall twelfth edition". *England: Person education. David A, Aeker, Manajemen Ekuitas Merek, Jakarta: Mitra Utama*.
- Assauri, Sofjan. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Bob Foster (2013) *Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product "Amidis" (Case Study on Bintang Trading Company)*, *American Research Journal*, Vol. 2, No 1, Hal. 1-11.
- Buchari Alma. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Budhi Wijaya, Indra. (2013). *Analisis Pengaruh Jenis Produk dan Biaya Promosi Terhadap Voleme Penjualan Sepatu Leaque Pada Showroom Sportindo Tubjungan Plaza 2 Surabaya*.
- Djaelani, A. R. (2013). *Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif*. *Majalah Ilmiah Pawiyatan*, 20(1), 82-92.
- Djaslim, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.

- Ernawati, D. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung*. Jurnal Wawasan Manajemen, Vol. 7 Nomor 1.
- Firmansyah, M. Anang. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish
- Irawan, D. (2019). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mebel Karya Mandiri Kabupaten Pringsewu)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Keller, Kevin L. 2013. *Strategic Brand Management; Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Fourth Edition Harlow, English: Pearson Education Inc. Kotler dan Amstrong (2013)*.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016): *Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.*
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV. Al Fath Zumar.
- Lesmana, R., Ayu. S. D (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Wardah Kosmetik PTParagon Technology and Innovation*. Jurnal Pemasaran Kompetitif, 59-72
- Lestari, N. (2010). *Strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan pada PT tiga serangkai internasional branch office Surakarta*.
- Mahendra Dwi Putra (2022). *Meningkatkan Penjualan Rokok Elektrik Melalui*
- Muhdar, A. (2021). *Analisis Mengenai Pengaruh Politik Terhadap Kehidupan Di Kampung Yeflio Distrik Mayamuk Kabupaten Sorong*. JIA: Jurnal Ilmiah Administrasi, 9(2), 67-72.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Novitasari, D. (2021). *Upaya Peningkatan Volume Penjualan di Masa Pandemi Covid-19 melalui Optimalisasi Promosi, Harga, dan Saluran Distribusi pada Pusat Oleh-oleh Gudange Tahu Takwa*. Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN), 6(1), 55-63.

- Pasaribu, Hidayati Fauziah. (2018). *Penerapan Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Pada PT Arma Anugerah Abadi Medan*. Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Sanga, R. S. (2019). *Perilaku Komunikasi Komunitas Baia Bandung (Studi Deskriptif Perilaku Komunikasi Komunitas BAlA Bandung dalam mendukung BoyGroup Korea Selatan BTS)* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Disertasi: Himpunan Jurnal Penelitian.
- Saribu, H. D. T., & Maranatha, E. G. (2020). *Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk Dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada PT Astragraphia Medan* *Jurnal Manajemen*, 1(1), 1-6.
- Sihite, L., & Wulandari, S. (2022). *Pengaruh Struktur Organisasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Produktivitas Karyawan PT Insuindomas Putra Medan*. *Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi (EBMA)*, 3(1), 414-426.
- Siti Komariah (2019). *Analisis Strategi Distribusi PR. Gagak Hitam Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. Sosial Media Instragram*.
- Sudaryono, D. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sumarti (2020). *Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk DI Alfamart IS78 Arya Banjar Getas Kota Mataram*.
- Sumarti (2020). *Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk DI Alfamart IS78 Arya Banjar Getas Kota Mataram*.
- Sutisna. (2011). *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Swastha, B. (2018). *Manajemen Pemasaran Analisis*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra. (2016). *Service, Quality & Satisfaction. Edisi 4*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono. Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Vina, S. (2021). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kerupuk Kulit Ikan Nila Pada Umkm Krulila Desa Gunungjaya Kecamatan Belik Kabupaten Pemalang* (Doctoral dissertation, IAIN PURWOKERTO).
- Windarti, T., & Ibrahim, M. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu*. Jurnal Online Mahasiswa. Volume 4 No. 2 Oktober 2017.
- Yanti, P. D. (2020). *Analisis Penerapan Marketing Mix Untuk Meningkatkan Penjualan Souvenir Aceh Pada Toko AD Souvenir* (Doctoral dissertation, UIN AR-RANIRY).
- Yustanti, N. V., Sinurat, R. M., Putri, D. W., & Karmila, H. (2022). *Sosialisasi Strategi Pemasaran Produk Bumdes Dengan Digital Marketing Di Desa Talang Kering Kecamatan Air Napal Bengkulu Utara*. Jurnal Dehasen Mengabdi, 1(2), 155-160.
- Zevi, I. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada PT Proderma Sukses Mandiri* (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).