

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PT.FABER-CASTELL INTERNATIONAL INDONESIA DI BANJARMASIN

ABSTRAK

Budi Mulyono¹, Farida Yulianti², Lamsah³

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 19310588

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 1121076901

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 1125126201

Email : budi24691@gmail.com

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah strategi pemasaran memiliki keterkaitan dengan mutu pelayanan pada PT.Faber-Castell International Indonesia Di Banjarmasin, dan untuk mengetahui apakah manfaat strategi pemasaran bagi pencapaian mutu pelayanan karyawan pada PT.Faber-Castell International Indonesia Di Banjarmasin.

Sedangkan kegunaan penelitian ini bagi Perusahaan untuk lebih meningkatkan lagi dalam bidang jasa pelayanan melalui strategi pemasaran untuk tercapainya kepuasan para konsumen. Sedangkan bagi Akademis adalah untuk memberikan gambaran tentang bauran pemasaran dalam menghadapi persaingan diperusahaan PT.Faber-Castell International Indonesia Di Banjarmasin, sehingga penulis dapat menerapkan pengalaman yang didapat selama dalam perkuliahan.

Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan berbagai metode, antara lain observasi, studi kepustakaan, studi lapangan, wawancara langsung, dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: PT.Faber-Castell International Indonesia Di Banjarmasin untuk meningkatkan citra baiknya dari para konsumennya dan masyarakat luas, dengan cara memberikan kepuasan dengan sistem pelayanan yang memuaskan, sehingga pada gilirannya loyalitas konsumen semakin tinggi agar para konsumen tidak mudah terpengaruh oleh perusahaan yang sejenis lainnya.

Kata kunci: kualitas produk, harga, promosi dan peningkatan penjualan

ABSTRACT

The goals of this research are to (1) determine if there is a correlation between marketing strategy and service quality at PT.Faber-Castell International Indonesia Di Banjarmasin, and (2) determine if there is a positive correlation between marketing strategy and service quality among employees.

While the usefulness of this research is for companies to further improve in the field of services through marketing strategies to achieve consumer satisfaction. Whereas for Academics it is to provide an overview of the marketing mix in facing competition in PT.Faber-Castell International Indonesia in Banjarmasin, so that the writer can apply the experience gained during lectures.

This study gathered its information using the Observation Method, library (library research), and field (field) research. The Interview and Documentation Approaches.

Based on the research results it can be concluded that: PT.Faber-Castell International Indonesia Di Banjarmasin to improve the good image of its consumers and the wider community, by providing satisfaction with a satisfying service system, so that in turn consumer loyalty will be higher so that consumers are not easily influenced by other similar companies.

Keywords: product quality, price, promotion and increase in sales

DAFTAR PUSTAKA

- Assuari Sofyan, 2017. *Manajemen Pemasaran* (Dasar, Konsep dan Strategi), Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Basu, Swastha. 2015. *Azaz-Azaz Marketing*, Penerbit Liberty, Yogyakarta
- Basu, Swastha & Irawan. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Penerbit Liberty, Yogyakarta
- Basu, Swastha & Irawan, 2018. *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty Modern, Yogyakarta.
- Buchari Alma, 2015. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan ke Tujuh, Penerbit CV Alfabeta, Bandung
- Danang Sunyoto, 2015. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*, cetakan pertama, CAPS (Center of Academic Publishing Service), Yogyakarta.
- Hadi, Samsul, 2013. *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan pada PT. Timurray Kurnia Manunggal Banjarmasin*. Uniska, Banjarmasin.
- Hasan, Ali, 2013 *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, CAPS (Center of Academic Publishing Service), Yogyakarta.
- Hendra, Teguh, Rusli, Roni, A, 2017. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Library, Jakarta.
- Kotler, Philip & Gary, Amstrong, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin, Lane, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid 2, PT. INDEKS, Indonesia.
- Lingga Purnama. 2014. *Strategic Marketing Plan*, Penerbit PT. Gramedia
- Peter, Paul, J & Olson Jerry, C, 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Salemba Empat, Jakarta
- Taupan Hidayat, 2015. *Analisis Strategi Pemasaran Produk dalam Meningkatkan Penjualan pada PT. DOS NI ROHA Banjarmasin*. Uniska, Banjarmasin.
- www. Kembar.pro/2015/07/Strategi-Pemasaran-dan-Bauran-Pemasaran.html