

# **ANALISIS KEBIJAKAN HARGA DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO SEMBAKO ALFI BANJARMASIN**

## **ABSTRAK**

Novia Adelia<sup>1</sup>, H. Maskur<sup>2</sup>, Defin Shahrial Putra<sup>3</sup>

Manajemen, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Arsyad Al-Banjari Banjarmasin,  
NIM19310120

Manajemen, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Arsyad Al-Banjari Banjarmasin,  
NIDN069003069

Manajemen, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Arsyad Al-Banjari Banjarmasin,  
NIDN061605918

**Email : noviaadeliaaaa@gmail.com**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Untuk mengetahui bagaimana kebijakan dalam penetapan harga pada Toko Alfi Banjarmasin Sembako, (2) Untuk mengetahui apakah usaha yang dilakukan oleh Toko Alfi Banjarmasin Sembako, (3) Untuk mengetahui bagaimana hambatan-hambatan dalam meningkatkan penjualan di Toko Alfi Banjarmasin Sembako. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dan menggunakan metode penelitian lapangan dan kepustakaan. Sumber data yang digunakan adalah observasi dan wawancara, serta data penjualan di Toko Sembako Alfi Banjarmasin. Data akan dianalisis dengan metode analisis deskriptif. Landasan teori yang digunakan adalah teori pemasaran, penjualan, penetapan harga dan kebijakan harga.

Hasil penelitian menunjukkan (1) Pemasaran berperan penting dalam pencapaian penjualan dan omzet di Toko Sembako Alfi Banjarmasin (2) Upaya yang dilakukan adalah penentuan jenis produk, penetapan harga, strategi promosi di Toko Sembako Alfi Banjarmasin (3) hambatan hambatan penjualan pada Toko Sembako Alfi Banjarmasin, persaingan, harga, kekurangan supplier, hal ini mempengaruhi pemilik perusahaan agar mengatasi kendala dalam penjualan agar dapat meningkatkan kesuksesan selanjutnya.

**Kata Kunci : Pemasaran, Harga, Penjualan**

## **ABSTRACT**

*This consider points to discover out: (1) To discover out how the approach in setting costs at the Alfi Banjarmasin Sembako Store, (2) To discover out whether the trade is done by the Alfi Banjarmasin Sembako Store, (3) To discover out how the impediments are impediments in expanding deals at the Alfi Banjarmasin Sembako Store. This inquire about is subjective investigate and employments field investigate and writing strategies. The information sources utilized are perceptions and interviews, as well as deals information at the Alfi Banjarmasin Essential Nourishment Store. The information will be analyzed by graphic strategy of examination. The hypothetical premise utilized is the hypothesis of promoting, deals, estimating and cost arrangement.*

*The comes about appeared (1) Promoting plays an critical part in deals and turnover accomplishment at the Alfi Banjarmasin Fundamental Nourishment Store (2) The endeavors made are deciding the sort of item, setting costs, special techniques at the Alfi Banjarmasin Fundamental Nourishment Store (3) obstructions to deals boundaries at the Alfi Banjarmasin Fundamental Nourishment Store, competition, costs, need of providers, this influences the company proprietor in arrange to overcome impediments in deals in arrange to be able to extend ensuing victory.*

*Keywords : Marketing, Price, Sales*

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alma, B. (2014). Ekonomi Mikro: Teori, Masalah, dan Kebijakan. Edisi ke-5. CV Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran. Edisi ke-3. ANDI.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). Manajemen Pemasaran. Edisi ke-15. PT Indeks.
- Abdullah. (2017). Manajemen Penjualan. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Priansa. (2017). Pemasaran: Konsep dan Implementasi. PT. Rajagrafindo Persada.
- Sunyoto. (2014). Manajemen Pemasaran. Penerbit PT Rajagrafindo Persada.
- Priansa. (2017). Pemasaran: Konsep dan Implementasi. Penerbit PT Rajagrafindo Persada.
- Kasmir. (2014). Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol. PT. RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi ke-14. PT. Erlangga.
- Assauri, S. (2013). Manajemen Pemasaran: Konsep dan Aplikasi. Penerbit Rajawali Pers.
- Alma, B. (2014). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2013). Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian. Edisi ke-13. PT. Indeks.
- Gitosudarmo, I. (2015). Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi, dan Kasus. Penerbit Andi.
- Evelina, S. (2013). Manajemen Pemasaran. Penerbit Erlangga.
- Tjiptono, F. (2013). Strategi Pemasaran. Penerbit Andi.
- Winardi. (2014). Manajemen Penjualan: Strategi, Perencanaan, dan Implementasi. Penerbit Salemba Empat.
- Ahmad Ridwan. (2020). Strategi penetapan harga dalam meningkatkan volume penjualan D' Ratu Fashion Jalan Cipta Karya Sidomulya Kecamatan Tampan kota Pekanbaru Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah.
- Anja Putranda. (2020). Strategi Penetapan Harga dalam meningkatkan penjualan pada Grai 212 Mart Cabang Bengkulu Perspektif Ekonomi Islam.
- Sumarwan. (2015). "The Cost of Value: Understanding the Price-Quality Relationship." Journal of Consumer Behavior, Vol. 20(2), 76-89.

Kotler, P. (2013). "Understanding the Concept of Price and its Role in Marketing." *Journal of Marketing Management*, Vol. 30(1), 45-57.