

ANALISIS STRATEGI MARKETING MIX (4P) UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI UD. CENTRAL BATAKO BANJARMASIN

Dian Afrianti¹, Teguh Wicaksono², Risnawati³

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, Indonesia, NIM19311177

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, Indonesia, NIDN 1116028801

³Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, Indonesia, NIDN0006037001

Email : afriantidian608@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : Strategi *Marketing Mix* yang diterapkan untuk meningkatkan penjualan batak pada UD. Central Batak Banjarmasin dan faktor-faktor yang menjadi pendukung dan penghambat dari Strategi Marketing mix untuk meningkatkan penjualan pada UD. Central Batak Banjarmasin. Rancangan penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, dan merupakan penelitian lapangan. Melakukan wawancara dengan pemilik perusahaan UD. Central Batak Banjarmasin. Dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa UD. Central Batak Banjarmasin telah menerapkan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) melalui 4P yaitu dari segi produk, harga dan tempat/saluran distribusi menciptakan produk yang berkualitas, dari segi harga yang terjangkau dan dengan tempat/saluran distribusi yang strategis sehingga mampu menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian yang berimbang pada peningkatan penjualan pada setiap jenis/bentuk batak. Sedangkan dari segi promosi, UD. Central Batak Banjarmasin masih belum maksimal menggunakan pemanfaatan teknologi yang ada mereka lebih berfokus pada promosi menggunakan sistem mulut ke mulut.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Marketing Mix (4P), Meningkatkan Penjualan

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: ALFABETA.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Airlangga University Press.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Dharmmesta, B. S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Liberty.
- Dharmmesta, B. S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPF.

- Dharmmesta, B. S. (2014). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.
- Fauzia, I. Y. (2013). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- Gunawan, I. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hutabarat, E. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Suzuki Satria Fu Pada PT. Sunindo Varia Motor Gemilang. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 3 (1), 18-22.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: UNITOMO Press.
- Kotler, & Amstrong. (2014). *Manajemen Pemasaran Edisi 15 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Kevin, L. K. (2016). *Marketing Manajement and Brand Manajement*. 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Lupiyodi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mannulang. (n.d.). *Kebijakan Pemasaran dan Bauran Pemasaran*. Universitas Islam Bandung.
- Nurdin, F. R. (2016). *Analisis Strategi Pemasaran Dan Penjualan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: AMUS.
- Sunyonto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tamrin, A., & Tantri, F. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2014). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Triptono, F. (Edisi Ketiga). *Strategi Pemasaran*.
- Yanti, P. D. (2020). *Analisis Penerapan Marketing Mix Untuk Meningkatkan Penjualan Souvenir Aceh*. Aceh.

