

# **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN BRIGHT GAS PADA PT. MANDIRI WIJAYA UTAMA DI BANJARBARU**

**Rohmaniah<sup>1</sup>, Lamsah<sup>2</sup>, Ervica Zamilah<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, Indonesia.

<sup>2</sup>Program Studi Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, Indonesia.

<sup>3</sup>Program Studi Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, Indonesia.

E-mail : rohmaniah82@gmail.com

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan PT. Mandiri Wijaya (2) Bagaimana peranan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan bright gas pada PT. Mandiri Wijaya Utama. Penelitian ini menggunakan metode dengan jenis deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan observasi , wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan (1) Strategi pemasaran yang dilakukan PT. Mandiri Wijaya Utama menggunakan strategi pemasaran 4p yaitu product, price, place, promotion serta strategi pemasaran yang umum dari strategi tersebut didapati dalam peranan untuk meningkatkan penjualan. (2) Peranan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan yaitu berdasarkan penelitian yang dilakukan pada perusahaan (PT. Mandiri Wijaya Utama) diporeleh bahwa strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting bagi perusahaan. Peranan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan cukup baik namun belum maksimal maka darii tu diperlukan adanya strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi distribusi yang sesuai dengan manajemen pemasaran. Strategi yang sangat berpengaruh khususnya pada strategi promosi yang perlu ditingkatkan lagi.

**Kata kunci : Strategi Pemasaran, Peningkatan Penjualan, Bright Gas.**

## **ABSTRACT**

*This research aims to test: (1) What marketing strategies are carried out by PT. Mandiri Wijaya (2) What is the role of marketing strategy in increasing bright gas sales at PT. Mandiri Wijaya Utama. This research uses a qualitative descriptive type method, with data collection techniques carried out by observation, interviews and documentation. The results of this research show (1) The marketing strategy carried out by PT. Mandiri Wijaya Utama uses a 4p marketing strategy, namely product, price, place, promotion and the general marketing strategy of this strategy is found to play a role in increasing sales. (2) The role of marketing strategy to increase sales is that based on research conducted at the company (PT. Mandiri Wijaya Utama) it was found that marketing strategy has a very important role for the company. The role of marketing strategy to increase sales is quite good but not optimal, therefore it is necessary to have a product strategy, price strategy, place strategy and distribution strategy that are in accordance with marketing management. A very influential strategy, especially promotional strategies that need to be improved.*

**Keywords: Marketing Strategy, Increased Sales, Bright Gas.**

## DAFTAR PUSTAKA

- Apri Budianto, *Manajemen Pemasaran Edisi Revisi*, (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2015), hlm 15.
- Arifin Sitio, S.C.S. (2019). [stkipmutiarabanten.ac.id/ebook-strategi-pemasaran-umkm](http://stkipmutiarabanten.ac.id/ebook-strategi-pemasaran-umkm).
- Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003).
- Christian A.D Selang, Pengaruh Bauran Pemasaran Jurnal EMBA Vol.1 No.3 Juni 2013, Hal. 71-80
- Danang Sunyoto, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Buku Seru, 2013), 67 *Manajemen Pemasaran Pendekatann Konsep, Kasus, dan Psikologi Bisnis*, (Yogyakarta: CAPS,2013), 60.
- Mursyid, M. *Manajemen Pemasaran*. Ed. 1, Cet.7. Jakarta : Bumi Aksara, 2014.
- Eko Nur Syahputro, (2020). *Melejitkan Pemasaran UMKM Melalui Media Sosial (Pertama)* Caremidia Communication.
- Farida Yulianti, Lamsah, P (2019). *Manajemen Pemasaran (Pertama)*. Deepublish
- Harahap, Sofyan Syarif. 2004. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta.PT Raja Grafindo Persada
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana,2004), cet ke-1, h.59.) Kasmir, Op, Cit, h.61.)
- Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), 17319 Philip Kotler, dkk, *Manajemen Pemasaran*.
- Kasmir, *Kewirausahaan*, 173-17721 Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula. *Syariah Marketing, Mark Plus &Co.* (Bandung: Mizan Pustaka, 2006).
- Kotler, P., Amstrong, G. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edii13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Laksmi Dewi dan Masitoh, *Strategi Pembelajaran*, (Jakarta: DEPAG RI, 2009) hal. 3
- McCarthy, J. ( 2008 ). *Essential of marketing strategy planning approach ,fourteenth edition*. New York: McGraw-Hill Education
- Moekijat. 2000. *Manajemen pemasaran*. Bandung : Mandar maju.
- Mokhtar Sayyid, (2020). *Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi (Pertama)* Zifatama Jawara
- Nurhayani, D. S. (2019). *Strategi Pemasaran Kontemporer (pertama)*. CV. Qiara Media.
- Nur Asnawi dan M uhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah Teori, Filosofi, dan Isu-Isu Kontenporer*, (Depok: Raja Grafindo Peserta, 2017), 161.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- SRangkuti, Freddy. 2013. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT CaraPerhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

- Saida Zainurossalmia. (2020). manajemen Pemasaran Teori dan Strategi (Pertama). Forum pemuda aswaja.
- Stanton, William J., “Prinsip Pemasaran”, Edisi ketujuh, Buku Satu Diterjemahkan oleh Drs. Yohanes Lamarto, MBA., MSM., Penerbit Erlangga, 1996.
- Tengku Firli Musfar. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran (Pertama)*.
- Tim Penyusun Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), h. 199
- Tjiptono, 2016, taktikpemasaran, edisi ke-4, AndiOffset ,Yogyakarta
- Uci Fitriani. (2016). Pengaruh Sistem Penjualan Kredit di PT. Surya Putra Sumatera Raya II Pasir Putih Pasir Pangaraian Terhadap Penarikan Sepeda Motor Yamaha. Universitas Pasir Pangaraian.
- Wibowo, Dimas Hendika, & Arifin, Zainul. (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). Jurnal Administrasi Bisnis, 29(1), 59–66
- Website :<https://www.brightgas.co.id/produk/?id> & <https://kbbi.web.id/produk>