

# ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA ALFAMART KM. 18 ANJIR PASAR DI BARITO KUALA

**Rahmawati<sup>1</sup>, Sulastini<sup>2</sup>, Rina<sup>3</sup>**

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, NIM19310873

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, NIDN1109046301

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, NIDN1112067902

Email : [0101rahmawati@gmail.com](mailto:0101rahmawati@gmail.com)

## ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan guna diketahuinya strategi pemasaran dalam peningkatan penjualan pada Alfamart Km. 18 Anjir Pasar di Batola, Mengetahui pengaruh strategi pemasaran dalam peningkatan penjualan pada Alfamart Km. 18 Anjir Pasar di Batola.

Jenis penelitian ini mempergunakan kualitatif dan pendekatan deskriptif ialah teknik analisis dengan memperbandingkan data yang didapat perusahaan yang merupakan objek dari teori manajemen pemasaran sesuai peristiwa dengan metode wawancara dan observasi.

Hasil dari penelitian ini mempergunakan strategi bauran pemasaran atau marketing mix yakni, Produk, Promotion, place, Price, People yang mana kelima elemen dari strategi pemasaran tersebut berpengaruh sebagai penunjang bagi pembeli untuk berbelanja pada Alfamart tersebut agar dapat meningkatkan penjualan pada Alfamart Anjir Pasar Km. 18 Di Barito Kuala.

**Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Penjualan**

## ABSTRACT

*The purpose of this research is to determine marketing strategies to increase sales at Alfamart Km. 18 Anjir Pasar in Batola, to determine the effect of marketing strategies in increasing sales at Alfamart Km. 18 Anjir Market in Batola.*

*This research uses qualitative research with a descriptive approach, namely an analysis technique by comparing data obtained by the company which is the object of research with marketing management theories that are relevant to the problem discussed using interview and observation methods.*

*The result of this research is to use a marketing mix strategy, namely, Product, Promotion, Place, Price, People, where the five elements of the marketing strategy have an effect as support for buyers to shop at Alfamart in order to increase sales at Alfamart Anjir Pasar Km . 18 in Barito Kuala.*

**Keywords : Marketing Strategy, Sales**

---

## DAFTAR PUSTAKA

- Akkas, N. (2019). "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Spring Bed Pada Pt. Donggala Bintang Lestari Palu." *Jurnal Sinar Manajemen* 6(1): 79-88..
- Al Badi, K. S. (2015). The dimensiions of marketing mix. *Management and Organizational Studies*, 2(1), 136-142.
- Alisaningtyas, E. F. (2020). Pengaruh karakteristik wirausaha modal usaha dan startegi pemasaran terhadap perkembangan usaha umkm sarang burung wallet di desa kediren kecamatan kalitengah lamongan. *JEKMA*, 1(1).
- Alhalim, R. (2016). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Tujuan Penjualan Pada Pt. Danbi International Di Kabupaten Garut* (Doctoral dissertation, PERPUSTAKAAN).

- Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 83-96.
- Benyamin, A. P. (2019). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix Strategy) Di Pasarkita Pamulang. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 1-9.
- Cay, S., & Irnawati, J. (2020). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan (studi kasus UMKM di Tangerang Selatan). *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(2), 160-170.
- Elyani, E. I. (2021). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI RUMAH MAKAN DUTARASA 26 BANJARBARU* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Fitriyana, F., & Sucipto, A. (2020). Sistem Informasi Penjualan oleh Sales Marketing Pada PT Erlangga Mahameru. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(1), 105-110.
- Hartono, H., Hutomo, K., & Mayangsari, M. (2012). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan” Dengan Menetapkan Alumni Dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian. *Binus Business Review*, 3(2), 882-897.
- Hulu, B., et al. (2021). "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Ud. Mitra Kecamatan Amandraya." *Pareto: Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* 6(2): 16-25.
- Ikhwan, W. K., & Ruhenda, R. (2022). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MEMPERTAHANKAN PENJUALAN PADA MASA PANDEMI COVID-19. *Branding: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(1).
- Ilmiyati, Apriliana, and Munjiati Munawaroh. "Pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan (Studi pada usaha kecil dan menengah di Kabupaten Bantul)." *Jurnal Manajemen Bisnis* 7.2 (2016): 226-251.
- Indonesia, T. R. (2005). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.
- Komaruddin. (1994) Ensiklopedia Manajemen, edisi kedua. Jakarta: Bumi Aksara
- Mahendra, R. A. (2020). *ANALISIS STRATEGI MARKETING MIX DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA ALFAMART PAHLAWAN BANJARMASIN* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Mulyanti, C. H. (2020). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA OBC PONSEL KOTA BANJARBARU*, Universitas Islam Kalimantan MAB.
- Multimart, P. K. D. T. C. Alma, B. 2011. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta. Bandung. Angipora, Markus, P. 2006. Dasar-dasar Pemasaran. Edisi Pertama. Grafindo Persada. Jakarta. Assauri, S. 2004. Manajemen Pemasaran. PT. Grafindo Persada. Jakarta.
- Noor, S. (2014). PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN DAIHATSU LUXIO DI MALANG (Studi Kasus Pada PT. Astra Internasional Tbk. - Daihatsu Malang). *Jurnal INTEKNA*. PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk
- Rachmawati, R. (2011). Peranan bauran pemasaran (marketing mix) terhadap peningkatan penjualan (sebuah kajian terhadap bisnis restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2).
- Ramadhan, R. P., Bela, O. L., & Prasetyo, H. D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Makaroni Kriukzz. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1), 277-281.
- Setianto, R., & Dunan, H. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Ron-Ron Pancing Dimasa Pandemi Covid-19. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(6), 931-940.

- Suryanti, H (2019). *ANALISIS STRATEGI PEMASARA UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA CV. TRIO MOTOR PELAIHARI* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Utari, W. (2011). Analisis strategi marketing mix PT Combiphar serta pengaruh terhadap peningkatan volume penjualan. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 2(2), 245-258.
- Wicaksono, A. K. (2021). Strategi Marketing Mix dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru pada Lembaga Pendidikan Islam Swasta. *Attractive: Innovative Education Journal*, 3(2), 152-163.
- Widjaya, P. G. (2017). Analisis Segmenting, Targeting, Positioning dan Marketing Mix pada PT. Murni Jaya. *Agora*, 5(1).
- Widya, G. (2020). *ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA CV. AAL PRINTING BANJARMASIN* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).