

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA DEPOT ES BERINGIN BANJARMASIN

Rizka Fitriyani Putri¹, Farida Yulianti², Abdul Kadir³

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari
Banjarmasin, 19.31.0639

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari
Banjarmasin, 069.809.131

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari
Banjarmasin, 061.802.106.9

Email : rzkafitriyaniputri07@gmail.com

Website : uniska-bjm.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Strategi pemasaran yang dilakukan dalam meningkatkan penjualan pada Depot Es Beringin Banjarmasin. 2) Startegi pemasaran yang seharusnya dilakukan dalam meningkatkan penjualan pada Depot Es Beringin Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, yaitu dengan mengumpulkan dan menganalisis data yang di peroleh dari Depot Es Beringin Banjarmasin yang kemudian akan dihubungkan meggunakan logika pemikiran yang mencakup pada teori – teori yang bersumber dari penelitian kepustakaan.

Hasil menunjukan 1) Strategi pemasaran yang dilakukan dalam meningkatkan penjualan pada Depot Es Beringin Banjarmasin adalah dengan bauran pemasaran / marketing mix dengan strategi pemasaran 7p yaitu strategi pemasaran melalui produk (*Product*), harga (*Price*), tempat (*Place*), promosi (*Promotion*), orang (*People*), proses (*Proces*), Sarana Fisik (*Physical Evidence*). 2) Strategi pemasaran yang seharusnya dilakukan dalam meningkatkan penjualan pada Depot Es Beringin Banjarmasin adalah dengan mengadakan promo – promo setiap bulannya, membuat video – video makanan yang menarik untuk menarik minta konsumen, dan menggunakan beberapa jasa influencer marketing/Foodvloger untuk mereview dan mempromosikan Depot Es Beringin Banjarmasin.

Kata kunci : Startegi Pemasaran, meningkatkan penjualan, Depot Es Beringin Banjarmasin.

ABSTRACT

This study aims to determine: 1) The marketing strategy used to increase sales at the Banjarmasin Beringin Es Depot. 2) The marketing strategy that should be carried out in increasing sales at the Banjarmasin Beringin Ice Depot.

This study uses a descriptive method, namely by collecting and analyzing data obtained from the Banjarmasin Beringin Ice Depot which will then be connected using logical thinking which includes theories originating from library research.

The results of the study show 1) The marketing strategy used to increase sales at the Banjarmasin Beringin Ice Depot is a marketing mix with the 7p marketing strategy, namely a marketing strategy through product, price, place, promotion), people (People), processes (Proces), Physical Facilities (Physical Evidence). 2) The marketing strategy that should be implemented in increasing sales at the Banjarmasin Beringin Ice Depot is by holding promos every month, making interesting food videos to attract consumers, and using several influencer marketing / Foodvloger services to review and promote the Es Depot Beringin Banjarmasin.

Keywords :Marketing Strategy, increasing sales, Depot Es Beringin Banjarmasin.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Herawati, A. (2018). Pengaruh bauran pemasaran (7p) terhadap pengambilan keputusan siswa dalam memilih sekolah berbasis entrepreneur (Studi pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya). *Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi Pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya)*, 2(2).
- Arisna, A. (2020). *Strategi Dinas Perikanan dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Nelayan di Kota Batam* (Doctoral dissertation, Prodi Administrasi Negara).
- DITINJAU DARI BAURAN PEMASARAN UNTUK MENUNJANG PEREKONOMIAN DI ERA DIGITAL PADA MASA PANDEMI. *STIE YAI*.
- Hadiyanto, C. (2019). *PENGARUH PROMOTIONAL MIX DAN SERVICE QUALITY TERHADAP NIAT BELI PENGGUNAAN TRANSPORTASI ONLINE* (Survei pada Pengguna Jasa GRAB di Kalangan Karyawan Universitas Katolik Parahyangan Bandung) (Doctoral dissertation, Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi-Bisnis Universitas Widyatama).
- HARDIANTO, E. N. (2018). *Pengembangan Pariwisata Melalui Strategi Promosi Wisata Pada Dinas Pariwisata Kabupaten Ponorogo* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Indit Sekar Wulandari. 2019. *Analisis Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Rumah Makan Selera Banjarbaru*. Sarjana Manajemen Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al – Banjari Banjarmasin.
- Iqbal, M. (2020). *Tinjauan Strategi Bauran Pemasaran Tabungan Tandamata My First Pada Bank x Kantor Cabang Pembantu Cicaheum* (Doctoral dissertation, STIE Ekuitas).
- Kusen, C. R., Mangantar, M., & Ogi, I. W. (2022). EVALUASI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA RUMAH MAKAN RICA TAMPURUNG MANADO DI MASA PANDEMI COVID-19. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 154-164.
- Lontoh, J. K., Tumbel, A. L., & Kawet, R. C. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bagi Pengembangan Pemasaran Wisata Danau Linow Di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(4).
- Maharani, L. (2019). *Faktor-Faktor Penghambat Pemasaran Produk Tabungan Haji di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Majid, A. (2020). *Implementasi undang-undang nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan dalam pengawasan pembiayaan bermasalah di Perbankan Syariah* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Mamahit, B. V., Mandey, S. L., & Jorie, R. J. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Jasa Cv. Caritas Dei Nobiscum Untuk Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 892-901.

Muplihah, V. A. (2018). *Manajemen strategi pondok pesantren dalam meningkatkan kinerja pengurus: studi deskriptif Pondok Pesantren Al-Falah Kec. Banjaran Kab. Bandung* (Doctoral dissertation, UIN SGD Bandung).

NOER, K. (2020). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA EXTREME CELLULAR 4 DI JALAN PINUS RAYA BANJARMASIN* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).

Osman, I. R., & Osman, I. R. Laporan ABDIMAS STRATEGI PEMASARAN UMKM

Trisno, T. (2022). *STRATEGI PEMERINTAH DESA DALAM PELAYANAN BANTUAN LANGSUNG TUNAI (BLT) DI MASA PANDEMI COVID 19 DI DESA O'O KECAMATAN DOMPU KABUPATEN DOMPU* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Mataram).