

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM RANGKA MENINGKATKAN  
PENJUALAN MELALUI APLIKASI KLIK  
( Studi Pada Indomaret Sultan Adam Banjarmasin )**

Fadhul Risna Dewi, Hj. Kurniaty, Noorlaily Maulida  
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan  
Muhammad Arsyad Al Banjari  
Email : [Riisnana03@gmail.com](mailto:Riisnana03@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan agar meningkatkan penjualannya melalui aplikasi.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif, proses penelitian pendekatan kualitatif dimulai dengan pengembangan asumsi asumsi dasar kemudian dikaitkan dengan kaidah-kaidah pemikiran yang digunakan dalam penelitian. Data yang dikumpulkan dalam survey dan wawancara kemudian diinterpretasikan.

Hasil penelitian mendeskripsikan strategi pemasaran pada Indomaret Sultan Adam Banjarmasin dalam meningkatkan penjualannya melalui aplikasi aplikasi Klik, menunjukkan Strategi pemasaran yang dijalankan oleh indomaret melalui aplikasi kurang efektif disebabkan masih rendahnya promosi yang dilakukan oleh perusahaan, Kendala yang dihadapi di dalam sistem aplikasi terkadang eror yang menyebabkan kesalahan terbaca stok di aplikasi dengan yang ada di toko, dan sistem pengembalian dana yang terbilang ribet apabila dilakukan pembatalan pesanan.

**Kata Kunci :** Strategi Pemasaran, Aplikasi Klik

---

**ABSTRACT**

*This research was conducted to determine the marketing strategy implemented by the company in order to increase sales through the application.*

*This type of research is descriptive research, the research process is a qualitative approach starting with the development of basic assumptions then associated with the principles of thought used in the research. Data collected in surveys and interviews are then interpreted.*

*The results of the study describe the marketing strategy at Indomaret Sultan Adam Banjarmasin in increasing sales through the Klik application, showing that the marketing strategy implemented by Indomaret through the application is less effective due to the low promotion carried out by the company, the constraints encountered in the application system are sometimes errors which cause errors read stock in the application with those in the store, and a refund system that is somewhat complicated when an order is canceled.*

**Keywords:** Marketing Strategy, Click Application

## REFERENSI

- Abdul Manap. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Adisaputro, G. (2019). *Manajemen Pemasaran : Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: STIM YKPN.
- Akbar, M.A., dan Alam, N.A. (2020). *E-commerce teori dalam bisnis digital*. Yayasan Kita Menulis. Medan.
- Alhasanah, Kertahadi, Riyadi. (2014). *Pengaruh Kegunaan, Kualitas Informasi dan Kualitas Interaksi Layanan Web E-Commerce terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei pada Konsumen [www.getSCOOP.com](http://www.getSCOOP.com))*.
- Anthony, W.P, Parrewe, P. L, and Kacmar.(2013) *Strategic Human Resource Management*. Orlando: Harcourt Brace and company
- Assauri, Sofjan. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Danang, Sunyoto. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Dedy Iswanto. (2022). *Strategi Bersaing Retail Indomaret Di Era Pasar Digital: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP) Vol. 6, No. 2*.
- Dr. Hartini, S.E., M.M. (2021). *Konsep Bauran Pemasaran 4P dan 7P*. Bandung: Rineka Cipta.
- Hendra Wijaya. (2021). *Student of Global Business*: Alfabeta.
- Iman Yosafat Nangi & Putu Gde Sukaatmadja (2015). *Pengaruh Aplikasi Tam Dan Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Membeli Ulang Menggunakan E-commerce Dalam Pembelian Produk Pakaian Dan Aksesoris*: Bali, Indonesia.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid I. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, Freddy. (2014). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Robby Yuli Endra., & Deni Hermawan. (2017). *Analisis dan Uji Kualitas Pengguna Website Tokopedia.Com Menggunakan Metode Webqual (case : Pengguna Tokopedia.com di Universitas Bandar Lampung)*
- Strauss, Judy dan Frost, Raymond. (2014). *E-Marketing 7th Edition*. London: Peason Education Ltd.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Cetakan Ke-3. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Sofjan Assauri, (2013:199). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembeli Minuman Merek The Pucuk Harum Pdan Toko Dhea Sembako ditanah Grogot*.
- Tania, C. (2018). *Implementasi Strategi Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah dalam Pengembangan Daerah Wisata Pantai di Kecamatan Pandan*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tjiptono, Fandy (2017), *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: Andi.
- Wisnu (2019). *Teori Organisasi Struktur dan Desain*. Malang : Universitas Muhammadiyah Malang.