

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN MOBIL DI DEALER HONDA TRIO BANJARBARU

Muhammad Miswari¹, Risa Dwi Ayuni², Mohammad Ali Wafa³

¹Ilmu Komunikasi, 70201, fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari, 19110028

²Ilmu Komunikasi, 70201, fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari, 1122129001

³Ilmu Komunikasi, 70201, fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari, 1112016301

E-mail: miswariks024@gmail.com

ABSTRAK

Sebuah perusahaan yang memproduksi mobil akan mendapatkan citra yang baik di masyarakat jika perusahaan tersebut mampu memuaskan konsumennya sehingga nantinya konsumen akan loyal pada mobil yang ditawarkan, artinya mereka akan melakukan pembelian yang berulang ataukah menyampaikan kepada calon konsumen lain sehingga akan meningkatkan angka penjualan. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan penjualan mobil di dealer honda trio Banjarbaru dan media apa saja yang digunakan. Dalam teori pemasaran, strategi pemasaran 8P yakni strategi dalam hal product, price, place, promotion, process, people, physical evidence, dan productivity Strategi pemasaran tersebut diduga kuat dapat mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihan mobil yang akan dibelinya. Penelitian ini bersifat deskriptif karena data-data yang diperoleh dari lapangan berupa kata-kata, gambar baik itu dari hasil wawancara, dokumentasi maupun observasi dan bukan berupa angka. Sedangkan datanya berupa kualitatif yaitu dengan pertimbangan menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan. Sehingga jenis penelitian ini termasuk dalam kategori jenis penelitian deskriptif kualitatif. Hasil yang ditemukan bahwa Dealer Honda Trio Banjarbaru dalam meningkatkan penjualan mobil menjalankan teori dari Kotler yakni Bauran Pemasaran 8P dan Bauran Promotion Mix.

DAFTAR PUSTAKA

- Darsih, D. (2021). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Mobil Mitsubishi Studi pada PT. Lautan Berlian Utama Motor Lahat. *JEM Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 7(1), 79-93.
- Dellamita, M. F., Achmad Fauzi, D. H., & Yulianto, E. (2014). Penerapan Personal Selling (Penjualan Pribadi) Untuk Meningkatkan Penjualan. Studi pada PT Adira Quantum Multifinance Point of Sales (POS) Dieng Computer Square Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)(Online)*, 9(2).
- Dunan, H., Antoni, M. R., Redaputri, A. P., & Jayasinga, H. I. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan “Waleu” Kaos Lampung di Bandar Lampung. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika)*, 17(2), 167-185.

- Feby, 2022. *4 Contoh Teknik Analisis Data Kualitatif yang Akurat*. Diakses dari <https://dqqlab.id/4-contoh-teknik-analisis-data-kualitatif-yang-akurat#:~:text=Analisis%20data%20kualitatif%20adalah%20proses,sebuah%20produk%20atau%20kebutuhan%20customer>. Tanggal 20 April 2023 jam 23.11 WITA
- Firmansyah, 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan. Qiara Media
- Lestari, R. (2015). Sales Promotion Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Mobil Low Cost Green Car Daihatsu Aylapada Pt. Astra Internasional Tbk Cabang Ciledugkota Tangerang. *Avant Garde*, 3(1).
- Mardiana, S. (2013). Peranan komunikasi pemasaran dalam membentuk perilaku konsumen. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2).
- Melita, T. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Online Sepatu S. Van Decka Bandung (Studi Deskriptif Mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Online Sepatu S. Van Decka Bandung Melalui Marketplace)* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Nasruddin, (2021). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Di Pt. Hadji Kalla Cabang Palopo*. Management Development and Applied Research Journal
- Nugraha, 2022. *Data Primer adalah Jenis Data Utama, Berikut Penjelasan Lengkapnya*. Diakses dari <https://www.merdeka.com/jateng/data-primer-adalah-jenis-data-utama-berikut-penjelasan-lengkapnya-klm.html> tanggal 27 April 2023 jam 14.44 WITA
- Nursyafitri, 2022. *Pengertian Data Sekunder Hingga Contohnya*. Diakses dari <https://dqqlab.id/pengertian-data-sekunder-hingga-contohnya> tanggal 27 April 2023 jam 15.07 WITA
- Putra, F. D. (2017). Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Produksi Kalung terhadap Laba Pada Hidayah Shop Kuta-Badung. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(2), 462-472.
- Salmaa, 2023. *Pendekatan Penelitian: Pengertian, Jenis, dan Contoh*. Diakses dari <https://penerbitdeepublish.com/pendekatan-penelitian/> tanggal 26 April 2023 jam 12.03 WITA
- Saputra, A. D., Nurmala, R., & Cakrawala, A. P. (2018). Penerapan Strategi Pemasaran 8p Terhadap Peningkatan Omset Penjualan Pada Warung Marso Malang. *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 19-41.
- Sirajuddin Saleh, 2017. *Analisis Data Kualitatif*. Bandung, Pustaka Ramadhan
- Suryani, I. (2014). Pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran produk dan potensi Indonesia dalam upaya mendukung ASEAN community 2015.(Studi Social media marketing pada twitter kemenparekraf ri dan facebook disparbud provinsi jawa barat). *Jurnal komunikasi*, 8(2), 123-138.