

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN ROTI AOKA PADA CV SINERGI BERKAH MANDIRI BANJARMASIN

Rizki Auliani¹, Erni Alfisah², Purboyo³

Management, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 19.31.10772

Management, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1124066801

Management, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1126067301

ABSTRAK

CV Sinergi Berkah Mandiri Banjarmasin adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang pendistribusian bahan pangan salah satunya roti dengan merk Aoka yang berlokasi di Jl. Gubernur Soebarjo, Handil Baru, Kec Aluh Aluh, Kabupaten Banjar Kalimantan Selatan

Adapun tujuan dari penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dan apa yang seharusnya perlu dilakukan agar perusahaan lebih efektif dalam meningkatkan penjualan pada CV Sinergi Berkah Mandiri Banjarmasin. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan gaya penelitian deskriptif, sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah tiga orang yaitu 1 direktur perusahaan, 1 staff administrasi, 1 leader sales dan 3 konsumen CV Sinergi Berkah Mandiri Banjarmasin.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan strategi pemasaran yang dilakukan oleh CV Sinergi Berkah Mandiri Banjarmasin dengan segmentasi, targetting dan positioning, yang berdasarkan hasil dari keempat variabel bauran pemasaran sudah cukup baik dan efektif, namun masih ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan maupun diperbaiki misalnya pada kualitas produk dan cara promosi. Harga yang ditawarkan cukup murah, sehingga membuat penilaian konsumen terhadap CV Sinergi Berkah Mandiri sudah cukup baik selain itu pelayanan yang diberikan kepada konsumen juga baik sehingga membuat konsumen merasa nyaman dan tertarik untuk membeli produk di CV Sinergi Berkah Mandiri Banjarmasin. Keseluruhan hasil yang dicapai bahwasanya strategi pemasaran yang diterapkan oleh CV Sinergi Berkah Banjarmasin cukup baik dan bisa bersaing dengan kompetitor. Dengan strategi-strategi yang sudah dijalankan dengan baik, dan dapat semakin berkembang apabila dijalankan dengan benar.

Kata Kunci : Meningkatkan Penjualan, Strategi Pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Depok : PT Raja Grafindo Persada.
- Adi, S. (2016). *Pengertian Peningkatan Menurut Ahli*.
www.Duniapelajar.com/pegertian-peningkatan-Menurut-Para-Ahli.Html.
Diakses pada tanggal 9 Juni 2023 pukul 12.45 WITA.
- Aliyah, Z. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Ekspor Kopi Arabika Pada CV Yudi Putra*. Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. *Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen Pemasaran*.
- Anthony, W.P, Karnar, and Parrewe, P.L. (2013). *Strategi Human Resource Management*. Orlando: Harcourt Brace and company.
- Azwar. (2019). *Analisis Kualitas Layanan Sistem Manajemen Aparatur Responsif Terpadu Menggunakan Metode SERVQUAL*. *Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen*.
- Basu Swastha Dharmmista. (2011). *Manajemen Pemasaran*. BEFF, Yogyakarta.
- Hurriyati Ratih. (2018). *Brand Pemasaran dan Loyaltis Konsumen*, (4th ed.). Bandung : CV Alfabeta.
- Indrawan WS. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Jombang: Lintas Media, hal. 568
- Kotler & Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran Jilid Kedua*. Jakarta: Erlanga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2019). *Prinsip – Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Jilid I(Bob Sabran, Penerjemah). Jakarta : Erlangga.
- Kumalasari, N. R. (2020). *Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan produk di Toko Ismart dan Indomaret Ponorogo*. *Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen Pemasaran*.

Manap, A.(2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Nafarin, M. (2015). *Penganggaran Perusahaan (3rd ed.)*. Jakarta: Salemba Empat

Nurjana, I. (2017). *Analisis Strategi pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan CPO Pada PT. Sapta Sentosa Jaya Abadi Medan*. Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen Pemasaran.

Palmatier, R. W., & Sridhar, S. (2017). *Marketing Strategy : Based on First Principles and Data Analysis*. London, United Kingdom: Macmillan International Higher Education.

Prastiwi, Q. (2019). *Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada UMKM pabrik roti Alfaris Bakery Medan* . Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen Pemasaran.

Rasam, F, Sari, A, I, C. (2018). *Peran Pemasaran Dalam Kegiatan Usaha Pada Masyarakat Di Desa Jatiharu, Cilacap*. Journal of Applied Business and Economics

Sumarwan, Ujang. (2015). *Perilaku Konsumen Teori Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi Kedua. Cetakan Ketiga*. Bogor, Penerbit Ghalia Indonesia.

Sunyoto, Danang. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service (CAPS).

Zevi, I. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada Pt. Proderma Sukses Mandiri*. Bachelor's thesis, Jakarta. Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen Pemasaran.

