

**ANALISIS PERANAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN OMSET  
PENJUALAN PRODUK *CONSUMER GOODS* PADA PT. OBOR BARU MAJU  
BANJARMASIN**

**Desyana Putri<sup>1</sup>, Sulastini<sup>2</sup>, Prihatini Ade Mayvita<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Manajemen, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari,  
Banjarmasin, Indonesia, NIM19310854

<sup>1</sup>Manajemen, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari,  
Banjarmasin, Indonesia, NIDN1109046301

<sup>1</sup>Manajemen, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari,  
Banjarmasin, Indonesia, NIDN0019057201

E-mail: [desyanaputri19@gmail.com](mailto:desyanaputri19@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui: Peranan promosi untuk meningkatkan omset penjualan produk *consumer goods* pada PT. Obor Baru Maju Banjarmasin. Kendala-kendala apa saja dalam upaya meningkatkan penjualan melalui promosi pada PT.Obor Baru Maju Banjarmasin. Upaya apa saja yang dilakukan PT.Obor Baru Maju Banjarmasin dalam upaya mengatasi kendala untuk meningkatkan penjualan melalui promosi. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah menurut Miles & huberman yakni mengumpulkan data kemudian direduksi dan menyimpulkan data. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi, dan juga dokumentasi langsung di lapangan. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Peranan promosi di PT. Obor Baru Banjarmasin melalui periklanan sangat bermanfaat dan bernilai positif untuk perusahaan dalam meningkatkan omset penjualan. (2) Terdapat beberapa kendala dalam hal meningkatkan omset penjualan melalui promosi baik itu secara internal maupun eksternal yang merugikan bagi PT. Obor Baru Banjarmasin (3) Upaya yang dilakukan oleh PT. Obor Baru Banjarmasin untuk meningkatkan omset penjualan adalah dengan melakukan perencanaan anggaran biaya promosi dan personal selling.

**Kata kunci:** Promosi, Periklanan, Omset Penjualan

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, S. (2015). Peranan Strategi Promosi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Jurnal Lentera: Kajian Keagamaan, Keilmuan dan Teknologi*, 13(1), 47-55.
- Amanu, H., & Evanne, L. (2017). Pengaruh Iklan Media Cetak (Brosur) Terhadap Tingkat Penjualan Cv. Pinang Advertising Tanjung Pinang. *Jurnal Inovasi*, 11(2), 129-143
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). Metodologi penelitian kualitatif. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148-159.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Hasanah, N. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Yamaha Suryanata Motor Amuntai. *Inovatif*, 1(1).
- Hayati, D. (2017). Pengaruh bauran promosi terhadap omzet penjualan produk kerajinan purun di Kabupaten Hulu Sungai Utara. *Dinamika Ekonomi-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 112-124.
- Hedynata, M. L., & Radianto, W. E. D. (2016). Strategi promosi dalam meningkatkan Penjualan luscious chocolate potato snack. *Jurnal Performa: jurnal Manajemen dan start-up bisnis*, 1(1), 87-96.
- Hermawan, F. T. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda (Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda Di Komplek Graha Indah Bekasi)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Kartini, I., Wibowo, E. W., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen berdampak loyalitas dalam berbelanja online pada shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(1), 57-66.
- Marpaung, F. K., Simarmata, M. W. A., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen indomie pada PT. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 49-64.
- Mursid M. (2016). *Manajemen Pemasaran, Cetakan Kedua, Bumi Kelima, Jilid I, CV. Intermedia, Jakarta.*

- Norhalisa, S. (2022). Analisis Faktor-Faktor Penjualan Yang Bisa Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Toko The Zamrud Outlet Martapura (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Rahman, M. F. (2020). Analisis Strategi Harga Dan Kualitas Produksi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Kue Hj. Enong Bakery Di Martapura (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Sarosa, S. (2021). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Pt Kanisius.
- Selong, M. T., Renouw, A. A., & Maryen, A. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Kedai Tentang Kita Minuman Cokelat Kekinian Kota Sorong. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(03), 880-887.
- Sjawal, B. P., Mananeke, L., & Jorie, R. J. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Kafe (Studi Kasus Pada Konsumen Blen.Co Cafe Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(3).
- Vetrindes, B. (2018). *Analisis Bauran Promosi Pada Perlombaan Pacu Jalur Oleh Dinas Pariwisata Di Kabupaten Kuantan Singingi* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Wijaya, M. H. (2013). Promosi, Citra Merek, Dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).
- William J. Stanton, 2013, *Dasar Dasar Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.