

# **ANALISIS KEBIJAKAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PT. PULAU SEROJA BANJARMASIN**

**Risky , Lamsah , Ervica Zamilah**

Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad  
Arsyad Al Banjari Banjarmasin, NIM19310679

Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad  
Arsyad Al Banjari Banjarmasin, NIDN1125126201

Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad  
Arsyad Al Banjari Banjarmasin, NIDN1130077601

Email : [rizkyajaa201@gmail.com](mailto:rizkyajaa201@gmail.com)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui: 1) Bagaimana kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Pulau Seroja untuk meningkatkan penjualan?

PT. Pulau Seroja Banjarmasin adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang penjualan dan pemasaran berbagai macam barang dan produk sembako, dan toko tersebut sebagai objek penelitian penulis.

Metode penelitian yang digunakan adalah Metode Deskriptif, Menurut Sugiyono (2014), Penelitian deskriptif sebagai suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu peristiwa pada masa sekarang dengan tujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan

Hasil dari penelitian ini adalah Saluran distribusi yang digunakan oleh perusahaan PT. Pulau Seroja Banjarmasin ialah penyaluran yang dilakukan dari produsen ke wholesaler saja, seterusnya kepada pengecer baru kemudian ke konsumen. Adapun Promosi penjualan yang dijalankan oleh PT. Pulau Seroja Banjarmasin dalam bentuk *personal selling*. sehingga konsumen dapat secara langsung mencari para calon pembeli dan memilih daya tarik yang disesuaikan, namun sifatnya tidak rutin karena hal ini dilakukan hanya sekedar sampingan saja

Hendaknya Pemimpin perusahaan PT. Pulau Seroja Banjarmasin ini agar menambah saluran distribusi yang telah ada yang bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan yaitu mendirikan agen-agen diluar kota. Pemimpin perusahaan hendaknya melakukan penambahan kebijaksanaan promosi kebijaksanaan promosi yang memungkinkan bagi perusahaan melakukan *promotional mix* seperti: Promosi, Publisitas, Advertising atau iklan dan Personal selling lebih aktif dan ramah serta professional pada calon konsumen/pembeli.

**Kata Kunci: Kebijakan Promosi, dan Penjualan**

## **ABSTRACT**

*Risky. NPM : 19.31.0679 "ANALYSIS OF POLICY PROMOTION IN INCREASING SALES AT PT. SEROJA ISLAND BANJARMASIN". Advisor I Hj. Lamsah, and Supervisor II Ervica Zamilah.*

*This research was conducted to find out: 1) How are the promotional activities carried out by PT. Pulau Seroja to increase sales?*

*PT. Pulau Seroja Banjarmasin is one of the companies engaged in the sale and marketing of various kinds of basic food goods and products, and the store is the object of the author's research.*

*The research method used is the Descriptive Method, According to Sugiyono (2014), Descriptive research is a method of examining the status of a group of people, an object, a condition, a system of thought, or an event in the present with the aim of making a description, picture or painting.*

*The result of this research is the distribution channel used by PT. Pulau Seroja Banjarmasin is a distribution that is carried out only from producers to wholesalers, then to retailers and then to consumers. The sales promotion carried out by PT. Pulau Seroja Banjarmasin in the form of personal selling so that consumers can directly look for potential buyers and choose a customized attraction, but it is not routine because this is done only as a sideline*

*Should the company leader PT. Seroja Island, Banjarmasin, in order to add to existing distribution channels with the aim of increasing sales volume by establishing agents outside the city. Company leaders should make additional promotional policies that allow companies to carry out promotional mixes such as: Promotion, Publicity, Advertising or advertising and Personal selling to be more active and friendly and professional to potential customers/buyers.*

**Keywords: Promotion Policy and Sales**

---

---

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alma, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Penerbit Alfabeta, Bandung
- Arikunto, S, 2012. Prosedur Penelitian Suatu Tinjauan Praktek,
- Aan Komariah, Djam'an Satori. 2014 Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : Alfabeta.
- Avinda, Chintiya Betari. Dkk. 2016. Strategi Promosi Banyuwangi Sebagai Destinasi Wisata (Studi Kasus Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata). Volume 4 No 1
- Batubara Azmiani, and Rahmat Hidayat. 2016. Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines. Volume 4. No 1
- Christmastianto, Imanuel Adhitya Wulanta. 2017. Analisis SWOT Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan di Indonesia. Volume 20 NO 1

Buchari Alma, (2013), Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Alfabeta, Bandung.

Etzel Michael J, Walker J W., Stanton, W J. 2013. Marketing Edisi ke-12. New York, USA : McGraw-Hill Irwin

Fakultas Ekonomi, 2023., Pedoman Penulisan Dan Bimbingan Serta Ujian Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan, Banjarmasin

Kotler, P and Gary A. 2013, Prinsip-prinsip Pemasaran, (Terjemahan Ancella Anitawati Hermawan), Jilid I Edisi 13, Prehallindo, Jakarta. bit RinekaCipta, Jakarta.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2012), Principles of Marketing, 15th Edition, Pearson Education Limited.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2014), Principles of Marketing, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.

Sunyoto Danang. 2013. Manajemen Pemasaran. Bandung : PT. Refika Aditama Anggota Ikapi

Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.

Tjiptono Fandy. 2014. Pemasaran Jasa. Jakarta : Andi

### **Jurnal**

Indrawati (2000) dengan judul "Analisis Pengaruh Biaya Distribusi Terhadap Volume penjualan Pada CV". Mekar Sejahtera abadi Semarang"

Triyonowati, 2014 Pengaruh Saluran Distribusi Dan Harga Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada PT. Fastrata Buana.Tbk

Amalia Rahmah, 2015, Saluran Distribusi Pada PT. Astra International Tbk.Honda Cabang Yogyakarta

Achmad Tjachja Nugraha, 2015, Analisis Pengaruh Harga Jual Dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Ayam Potong Di UD. Supplier Daging Ayam Kota Tangerang

Syahmad Ikhsan Santosa, 2010, Saluran Distribusi Pada CV. Mitra Tirta