

# **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA RUMAH MAKAN SEAFOOD 88 BANJARMASIN**

Novita Sari<sup>1</sup>, Hj. Lamsah<sup>2</sup>, Ervica Zamilah<sup>3</sup>

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, NIM19310571

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, NIDN1125126201

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, NIDN1130077601

Email : [novitasari.sari02@gmail.com](mailto:novitasari.sari02@gmail.com)

## **ABSTRAK**

**Novita Sari. NPM : 19.31.0571 ” Analisis Strategi Pemasaran untuk meningkatkan Volume Penjualan Pada Rumah Makan Seafood 88 Banjarmasin “. Pembimbing I (Hj. Lamsah,) dan Pembimbing II ( Ervica Zamilah,)**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui: Bagaimanakah strategi pemasaran yang perusahaan terapkan untuk meningkatkan volume penjualan pada Rumah makan Seafood 88 Banjarmasin.

Yang bergerak dalam bidang usaha rumah makan yang menyediakan berbagai macam produk makanan ikan goreng, bakar, seafood, sayur-sayuran dan lain-lain.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian pendekatan kualitatif. yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci.

Hasil dari penelitian ini adalah Posisi R.M. Seafood 88 Banjarmasin menurut analisa portofolio BCG, yaitu berada pada posisi *cash flow*, artinya rumah makan mengalami pertumbuhan yang sangat kecil, dan pertumbuhan produk yang lamban. Hendaknya rumah makan menggunakan rumusan Strategi pemasaran menjadi tiga jenis strategi yang dapat memberikan awal yang baik untuk pemikiran strategi, yaitu keunggulan biaya secara keseluruhan, differensiasi dan fokus. Dan rumah makan seharusnya lebih efektif dalam menerapkan strategi pemasaran untuk kelangsungan hidup rumah makan dalam meningkatkan volume penjualan serta dapat bertahan terhadap serangan pesaing yang dapat mengancam posisi rumah makan.

**Kata Kunci: Strategi Pemasaran dan volume Penjualan**

## ABSTRACT

*This research was conducted to find out: How is the marketing strategy that the company applies to increase sales volume at Seafood 88 Banjarmasin Restaurant.*

*That is engaged in the business of restaurants that provide a variety of fried fish food products, grilled, seafood, vegetables and others.*

*The research method used is qualitative approach research. i.e. research methods used to research on the condition of natural objects where researchers are as a key instrument.*

*The result of this study is The Position of R.M. Seafood 88 Banjarmasin according to bcg fortfolio analysis, which is in the position of cash flow, meaning that the restaurant experienced very small growth, and sluggish product growth. The restaurant should use the formulation of marketing strategy into three types of strategies that can provide a good start for strategic thinking, namely overall cost advantage, differentiation and focus. And restaurants should be more effective in implementing marketing strategies for the survival of the restaurant in increasing sales volume and can withstand attacks by competitors that can threaten the position of the restaurant.*

**Keywords: Marketing Strategy and Sales volume**

## DAFTAR PUSTAKA

Aan Komariah, Djam'an Satori. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta

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

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2012. *Marketing Management*, Edisi 14, New Jersey: Prentice-Hall Published.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2012. *Principles Of Marketing*, Edisi 14, New Jersey: Prentice-Hall Published.

Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Revisi. Bandung: Alfabeta.

Kotler, Philip, and Gary Armstrong. 2014a. *Principles of Marketing*. 15th ed. Kendallville: Pearson Education.

Kotler, Philip, and Gary Armstrong. 2015. *Principles of Marketing*, Global Edition.

Kotler, P., & Armstrong, G. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.

Kotler Philip, dan Gary Amstrong. 2014. *Principles Of Marketing*, Globa Edition, 14 Edition, Pearson Education.

Kotler Philip dan Kevin L. Keller, 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 14*, Global Edition. Pearson Prentice Hall.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV

## **Jurnal**

Feibe Kereh, dkk (2018), *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Yamaha MIO Pada PT. Hasjrat Abadi Outlet Yamaha Samratulangi*.

Giatno (2015), *Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Batik Di Batik Putra Laweyan*

Rismansyah, Dkk (2017), *Analisis Strategi Produk Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan PT. HTI Bumi Persada Banyuasin*

Sulfiana Tahun 2020 “*Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Rumah Makan Mbak Daeng Alauddin Makassar*”