

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN JASA GUNA MENINGKATKAN OMZET PADA BENGKEL MOBIL BODY REPAIR YOGA SEBAMBAN

ABSTRAK

Fia Novita Dewi¹, H. Akhmad Samhudi², Teguh Wicaksono³

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 17310022

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 195 99103 1002

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 061 510 801

Email : fianovitadewi337@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) Strategi pemasaran memiliki peran yang sangat penting untuk menarik minat customer pada Bengkel Mobil Body Repair Yoga sebamban, (2) Bauran pemasaran berperan penting untuk kemajuannya sebuah usaha dengan melalui bauran pemasaran meningkatkan omzet pada bengkel mobil yoga sebamban, (3) Meningkatkan pendapatan usaha dengan cara strategi pemasaran dan bauran pemasaran akan meningkatkan jumlah konsumen pada Bengkel Mobil Body Repair Yoga Sebamban.

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian deskriptif kualitatif dan merupakan penelitian suervai. Populasi penelitian adalah karyawan pada Usaha Bengkel Mobil Body Repair Yoga Sebamban.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran bauran 7p (product, price, place, people, process, promosi, physical eviden) juga termasuk dalam perkembangan usaha bengkel mobil body repair yoga sebamban. Strategi pemasaran yang digunakan yaitu strategi bauranpemasaran 7p. demikian dengan kesimpulannya : (1) Produk yang ditawarkan oleh bengkel mobil body repair yoga sebamban ini berkualitas dan terjamin (2) Harga yang diberikan oleh bengkel mobil body repair yoga sebamban ini tergantung dari kerusakan dan tingkat kesulitan mobil itu sendiri (3)Tempat usaha bengkel mobil body repair yoga sebamban ini mudah dijangkau dan cukup strategis karena berada dipinggir jalan raya (4) Promosi yang dilakukan oleh bengkel mobil body repair yoga sebamban ini cukup tepat, karena adanya plang nama bengkel dan promosi melalui pihak perusahaan dapat menarik minat konsumen baru dan dapat meningkatkan omzet (5)Proses pengerjaannya itu sendiri terbilang cukup memakan waktu, karena prosesnya yang bertahap dan penyelesaiannya pun tergantung cuaca (6)People yang dimaksud disini tidak hanya konsumen tapi juga pegawai bengkel dan pemilik bengkel yang selalu memberikan pelayanan dan kenyamanan kepada pelanggan (7)Physical eviden merupakan salah satu bauran pemasaran yang sangat penting bagi keputusan konsumen. Dan bengkel mobil body repair yoga sebamban ini memberikan bentuk fisik yang memadai.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, meningkatkan, omzet

ABSTRACT

This study aims to examine: (1) Marketing strategy has a very important role in attracting customer interest in the Sebamban Yoga Body Repair Car Workshop, (2) Marketing mix plays an important role in the progress of a business by increasing turnover through the marketing mix at the Sebamban Yoga car repair shop. , (3) Increasing business income by

means of marketing strategies and marketing mix will increase the number of consumers at the Yoga Sebemban Body Repair Car Workshop.

This study uses a qualitative descriptive research design and is a survey research. The research population is the employees of the Yoga Sebemban Body Repair Car Workshop.

The results showed that the marketing strategy of the 7p mix (product, price, place, people, process, promotion, physical evidence) was also included in the development of the Sebemban Yoga Body Repair car workshop business. The marketing strategy used is the 7p marketing mix strategy. Thus, the conclusions are: (1) The products offered by the Sebemban Yoga Body Repair car workshop are of high quality and guaranteed (2) The price given by the Sebemban Yoga Body Repair car repair shop depends on the damage and the difficulty level of the car itself (3) The workshop's place of business This Sebemban Yoga Body Repair car is easy to reach and quite strategic because it is located on the side of the highway (4) The promotion carried out by the Sebemban Yoga Body Repair car repair shop is quite appropriate, because of the workshop name sign and promotions through the company can attract new consumers and can increase turnover (5) The process itself is quite time consuming, because the process is gradual and the completion depends on the weather (6) The people referred to here are not only consumers but also workshop employees and workshop owners who always provide service and convenience to customers (7) Physical evidence is one of the most important marketing mixes important for consumer decisions. And this sebemban yoga body repair car repair shop provides adequate physical form.

Keywords: Marketing Strategy, increase, turnover

PENDAHULUAN

Menurut Tjiptono (2017:228) strategi pemasaran adalah seni atau ilmu untuk menjadi seorang pemimpin dan penggunaan kekuatan untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam waktu tertentu.

Definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa omzet dagang adalah keseluruhan jumlah dagang barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh dan berdasarkan volume. Seorang pengelola usaha dituntut untuk selalu meningkatkan omzet dari hari kehari, dari minggu ke minggu, dari bulan ke bulan dan dari tahun ke tahun. Hal ini diperlukan kemampuan dalam mengelola modal agar kegiatan operasional perusahaan dapat terjamin kelangsungannya.

Pemasaran jasa merupakan disiplin ilmu yang masih relatif baru. Industri jasa pada saat ini merupakan sektor ekonomi

yang sangat besar dan tumbuh sangat pesat. Pertumbuhan tersebut akibat dari tuntutan dan perkembangan teknologi. Kondisi tersebut secara langsung menghadapkan para pelaku bisnis kepada permasalahan persaingan usaha yang semakin tinggi, semakin tingginya tingkat persaingan sehingga diperlukan manajemen pemasaran jasa yang berbeda dibandingkan dengan pemasaran tradisional (barang).

Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Daryanto (2011:236), pemasaran jasa adalah mengenai janji-janji. Janji-janji yang dibuat kepada pelanggan dan harus dijaga. Kerangka kerja strategik diketahui sebagai service triangle yang memperkuat pentingnya orang dalam perusahaan dalam membuat janji mereka dan sukses dalam membangun customer relationship. Maka dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa, pemasaran jasa merupakan penghubung antara organisasi atau perusahaan dengan para konsumen. Penghubung yang dimaksud disini ialah

semua pihak dari manajemen puncak hingga karyawan non-manajerial mengenai janji-janji yang dibuat kepada konsumen dan janji tersebut harus dijaga dengan cara selalu membangun hubungan yang baik dengan konsumen.

Menurut Hermawan (2012:40), “strategi pemasaran adalah proses perencanaan dan implementasi kebijakan perusahaan untuk mewujudkan tujuan-tujuan perusahaan yang sesuai dengan visi perusahaan”.

Menurut Assauri (2014:168), “strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta aloksinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah”.

Persaingan yang semakin ketat akan membuat para pelaku bisnis menjadi lebih bergairah dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen yang bertujuan untuk memberikan rasa puas terhadap pelanggan dan dapat memiliki daya saing dibandingkan kompetitor. Jasa yang diberikan oleh produsen kepada konsumen akan bermanfaat apabila dapat sampai kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Oleh karena itu strategi pemasaran harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan teratur apa yang dilakukan oleh perusahaan dan menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa sasaran pasar. Bengkel Mobil Body Repair dimana bentuk dari salah satu usaha swasta adalah usaha bidang jasa di area sebampan 1 blok f desa sumber makmur kecamatan sungai loban kabupaten tanah bumbu, meliputi kalimantan selatan, sekaligus sebagai objek penelitian dan penulisan skripsi. Dalam kegiatannya perusahaan mengalami pasang surut dalam pendapatannya, karena kurangnya promosi membuat kurangnya minat konsumen terhadap usaha jasa bengkel mobil body repair yoga sebampan

ini. Suatu perusahaan pasti mengharapkan hasil yang selalu mengalami peningkatan, sehingga penjualan produk atau pemasaran jasa sangat penting bagi perusahaan tersebut. Dan jika perusahaan dari tahun ke tahun terus mengalami kemunduran produksi bisa dipastikan perusahaan tersebut akan gulung tikar. Secara umum, pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya.

Strategi pemasaran di atas perlu diterapkan untuk menjalankan sebuah usaha, baik usaha yang berskala besar maupun skala kecil. Salah satu contoh perusahaan yang ada di Desa Sebampan 1 blok f adalah Bengkel mobil body repair yoga sebampan yang bergerak dalam bidang Jasa mencoba untuk menerapkan strategi bauran pemasaran untuk menjalankan usahanya. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa ini mempunyai peluang besar dan dapat berkembang dengan pesat jika mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Perkembangan ini tentunya juga akan berdampak positif pada tingkat pemasaran suatu perusahaan yang akan terus mengalami peningkatan.

Bengkel Mobil Body Repair Yoga Sebampan menggunakan strategi pemasaran yang biasa disebut dengan marketing mix, strategi perluasan jaringan bisnis dengan menggunakan sistem bermitra usaha, strategi bersaing dan sumber daya manusia untuk memberikan loyalitas dari segi pelayanan dan sumber daya manusia juga menyangkut desain produk, desain sistem, perencanaan, penyusunan karyawan, pengembangan karyawan, pengelolaan, evaluasi kinerja, dan hubungan ketenaga kerjaan yang baik atau bermitra usaha. Sehingga dengan adanya sumber daya manusia ikut serta membantu pemasaran Bengkel Mobil Body Repair Yoga Sebampan. Bengkel

Mobil Body Repair Yoga Sebamban yang sudah berdiri sejak tahun 2010 selalu mempertahankan strategi pemasaran dari tahun – ketahun sehingga omset selalu normal. Normalnya omset bengkel mobil body repair yoga sebamban dikarenakan strategi pemasaran yang digunakan selalu konsisten dengan kondisis pasar, karena menurut mereka dengan adanya strategi pemasaran, koordinasi tim menjadi lebih baik dan terarah untuk mencapai tujuan yang sama. Meskipun sudah menggunakan strategi pemasaran yang baik, namun Bengkel Mobil Body Repair Yoga Sebamban mengalami beberapa kendala dalam pemasarannya. pada bengkel tersebut mengalami fluktuasi setiap tahunnya

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang di gunakan oleh peneliti adalah penelitian deskriptif kualitatif. Data primer adalah data bentuk verbal yang dapat dipercaya, data primer yang peneliti peroleh dengan melakukan pengamatan langsung ke bengkel mobil yoga sebamban Sedangkan data sekunder adalah data informasi yng diperoleh melalui buku, dokumen,laporan, jurnal dan beberapa situs yang berkaitan dengan penelitian. Data sekunder ini bersifat internal dimana informasi yang diperoleh langsung dari pemilik bengkel mobil yoga sebamban.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini peneliti akan memaparkan bagian yang menjadi substansi dari penelitian ini yaitu Analisis Strategi Pemasaran Jasa Guna Meningkatkan Omzet Pada Bengkel Mobil Body Repair Yoga Sebamban, dengan metode analisis yang digunakan yakni analisis deskriptif kualitatif.

Pada penelitian deskriptif kualitatif, peneliti dituntut untuk dapat memaparkan, menjelaskan, menggambarkan atau mendeskripsikan dan menggali data berdasarkan apa yang diucapkan,

dirasakan, dilihat, dan dilakukan oleh sumber data sesuai dengan fakta-fakta di lapangan dengan menggunakan wawancara mendalam dan observasi langsung di lokasi penelitian yakni di Bengkel Mobil Body Repair Yoga Sebamban.

Hasil penelitian diatas merupakan suatu proses penelitian lapangan yang telah dilakukan peneliti untuk memenuhi tujuan dan prosedur penelitian. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif tentang bagaimana strategi pemasaran jasa guna meningkatkan omzet.

Strategi pemasaran dari setiap usaha merupakan suatu rencana keseluruhan untuk mencapai suatu tujuan dari usaha. Meskipun beberapa usaha mempunyai tujuan yang sama tetapi strategi yang digunakan dapat berbeda-beda. Penetapan strategi yang terarah akan dapat membantu sebuah usaha dalam menyampaikan produk kepada konsumen sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Persaingan dalam bisnis yang bergerak dibidang perbengkelan sangatlah ketat, sehingga menuntut usaha untuk melaksanakan strategi pemasaran yang terarah agar mampu menghadapi dan memenangkan persaingan antara usaha yang sejenis agar dapat meningkatkan omzet pada usha tersebut. Strategi yang digunakan oleh Bengkel mobil body repair yoga sebamban untuk meningkatkan omzet adalah strategi Bauran pemasaran 7P yang penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. Produk (Product)

Produk merupakan segala bentuk hasil usaha yang ditawarkan kepasar untuk digunakan sehingga bisa memenuhi keinginan masyarakat. Kualitas hasil body repair dan cat standar dealer resmi dapat dihasilkan dan dapat bertahan 4 sampai 5 tahun dikarenakan pada saat proses perbaikan menggunakan bahan yang berkualitas dan hasilnya pun tergantung cara dan teknik pengerjaannya.karena setiap bengkel bisa jadi menggunakan bahan yang sama, akan

tetapi cara dan teknik pengerjaannya sangat berbeda, hal ini yang menjadi salah satu perbedaan hasil produk dari bengkel mobil body repair yoga sebandan dengan bengkel lain.

2. Harga (Price)

Harga yang dimaksud adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan produk yang ditawarkan. Harga dari bengkel mobil body repair yoga sebandan ini tergantung dari keadaan mobil serta tingkat kesulitan dari perbaikan. Harga yang ditawarkan oleh bengkel ini dari harga yang cukup terjangkau sampai terbilang cukup mahal.

3. Tempat (Place)

Lokasi untuk melakukan proses perbaikan ini terbilang cukup strategis,

Pemilik usaha ini harus paham betul dimana lokasi yang strategis. Lokasi bengkel mobil body repair yoga sebandan ini bertempat dipinggir jalan raya, sehingga memudahkan para pelanggan untuk mencari bengkel tersebut. Dan para pengguna jalan raya pun sewaktu-waktu dapat melihat proses perbaikan body repair tersebut. Hal ini menjadi keuntungan tersendiri bagi bengkel mobil ini.

4. Promosi (Promotion)

Promosi yang dilakukan oleh bengkel mobil body repair yoga sebandan ini melalui plang nama bengkel agar memudahkan pelanggan untuk mengenali bengkel tersebut. Selain itu promosi melalui mobil milik perusahaan tambang dengan memberikan potongan harga dan hasil yang optimal. Tujuannya agar dapat menarik konsumen baru untuk memakai jasa di bengkel mobil body repair yoga sebandan.

5. Proses (Process)

Proses dari pengerjaan itu sendiri cukup memakan waktu, dan proses body repair membutuhkan cuaca yang cerah, jika cuaca sedang tidak mendukung seperti mendukung seperti mendung dan hujan maka pengerjaan body repair pun akan sedikit terlambat.

6. Orang (People)

Yang dimaksud people disini tentu

bukan hanya konsumen saja. Namun seluruh SDM yang terlibat, termasuk pekerja hingga tim usaha bengkel. Khusus untuk hal ini sangat penting untuk diperhatikan. Bengkel mobil body repair yoga sebandan ini sangat memperhatikan pelayanan dan kenyamanan para pelanggan, pelayanannya berupa menyediakan tempat duduk serta menyediakan lantai untuk bersantai dan beristirahat, serta memberikan minuman kepada pelanggan apabila pelanggan sesekali mendatangi bengkel dengan tujuan melihat proses perbaikan body repair. Tujuannya agar pelanggan merasa nyaman dan dihormati agar pelanggan tetap memakai jasa bengkel mobil body repair yoga sebandan ini.

7. Physical Eviden

Physical Eviden merupakan salah satu bauran pemasaran yang sangat penting bagi keputusan pelanggan. Physical eviden merupakan bentuk penyampaian aspek lingkungan, layanan, dan fasilitas yang diberikan oleh bengkel mobil body repair yoga sebandan kepada pelanggan tentang keseluruhan usaha tersebut. Misalnya hasil product yang diberikan kepada pelanggan serta tempat usaha yang memudahkan untuk dijangkau serta memberikan contoh hasil dan harga kepada pelanggan, itu menjadi salah satu bentuk fisik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan ditetapkannya strategi pemasaran yang terarah akan dapat membantu sebuah usaha dalam menyampaikan produk kepada konsumen sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Salah satu strategi yang sering digunakan adalah strategi bauran pemasaran 7P, Product, Price, Place, People, Promotion, Process, Physical Eviden. dimana strategi ini telah diterapkan oleh Bengkel mobil body repair yoga sebandan. yang merupakan langkah awal sebelum perusahaan menentukan bauran pemasarannya. Melalui strategi Bauran Pemasran 7P perusahaan dapat menentukan segmen yang diharapkan, target yang diinginkan, dan bagaimana

posisi produk dipasar sehingga dapat menjadi pertimbangan awal suatu usaha mengenai produk yang nantinya akan meningkatkan omzet.

Strategi Pemasaran Yang Digunakan Untuk Meningkatkan Omzet

Strategi bauran pemasaran pada usaha Bengkel Mobil Body Repair Yoga Sebamban disusun berdasarkan hasil analisis lingkungan pemasaran yang dihadapi oleh usaha Jasa perbengkelan menggunakan analisis menggunakan bauran pemasaran “7P” yaitu :

1. Product

Karena bengkel mobil body repair yoga sebamban sangat mengutamakan kualitas produk agar konsumen puas dengan hasil produknya. Jika ketahanan produk dari bengkel pesaing hanya bertahan 1 sampai 2 tahun maka ketahanan dari bengkel mobil body repair yoga sebamban ini mampu bertahan 4 sampai 5 tahun. Ini dikarenakan teknik pengerjaannya yang berbeda dan bahan-bahan yang digunakan lebih berkualitas.

2. Price

Harga dari Bengkel mobil body repair yoga sebamban tergantung dari keadaan mobil dan kualitas serta kesulitan dari perbaikan. Harga terbilang dari harga termurah hingga terbilang cukup mahal.

3. Place

Lokasi bengkel mobil body repair yoga sebamban terbilang strategis karena berdiri dipinggir jalan raya sehingga memudahkan customer untuk mencari bengkel tersebut, dan para pengguna jalan raya pun kemungkinan besar sewaktu – waktu dapat melihat langsung proses pengerjaan body repair dan hasilnya.

4. Promotion

Promosi yang dilakukan oleh bengkel mobil body repair yoga sebamban ini melalui plang nama toko dan mobil customer serta tronon milik perusahaan agar menjadi contoh hasil body repair dari bengkel mobil yoga sebamban ini, tujuannya agar dapat menarik customer

yang baru untuk memperbaiki di bengkel mobil body repair yoga sebamban.

5. Process

Proses dari pengerjaan itu sendiri terbilang lumayan memakan waktu, dan proses body repair membutuhkan cuaca yang cerah, jika cuaca sedang tidak mendukung seperti mendung dan hujan maka pengerjaan body repair pun akan sedikit terlambat

6. People

Yang dimaksud people disini tentu bukan hanya konsumen saja. Namun seluruh SDM yang terlibat, termasuk pekerja hingga tim usaha bengkel. Khusus untuk aspek ini sangat penting untuk diperhatikan. Bengkel mobil body repair yoga sebamban ini sangat memperhatikan pelayanan dan kenyamanan para pelanggan, seperti menyediakan lantai untuk duduk dan beristirahat, serta memberikan minuman kepada pelanggan apabila si pelanggan sesekali mendatangi bengkel dengan tujuan melihat proses body repair.

7. Physical Eviden.

Physical evidence merupakan salah satu bauran pemasaran yang sangat penting bagi keputusan konsumen. physical evidence merupakan bentuk penyampaian aspek lingkungan, layanan, dan fasilitas yang diberikan oleh bengkel mobil body repair yoga sebamban kepada konsumen tentang keseluruhan usaha tersebut.

Strategi Pemasaran Yang Seharusnya Dilakukan Untuk Meningkatkan Omzet

Sebaiknya perusahaan ini melakukan bauran pemasaran melalui promosi pada periklanan seperti yaitu media cetak yaitu, kartu tanda penggelan yang berisi alamat usaha, dan nomor telpon usaha , kemudian media online seperti Whatsapp, facebook dan instagram. sehingga dengan adanya strategi promosi usaha lebih dikenal dan konsumen akan tertarik pada Usaha Bengkel Mobil Body Repair Yoga Sebamban. dan juga pada usaha jasa mereka dengan tetap memperhatikan kelebihan dan kekurangan kualitas dan layanan mereka. Dan juga dapat melihat

dan mengidentifikasi peluang serta ancaman yang ada. Sehingga dengan tetap memperhatikan kelebihan dan kekurangan serta mencari peluang.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa strategi Pemasaran Bauran 7P Pada Bengkel Mobil Body Repair Yoga Sebamban adalah sebagai berikut :

1) Product

Produk yang ditawarkan oleh bengkel mobil body repair yoga sebamban ini berkualitas dan terjamin.

2) Price

Harga yang diberikan oleh bengkel mobil body repair yoga sebamban ini tergantung dari kerusakan dan tingkat kesulitan mobil itu sendiri.

3) Place

Tempat usaha bengkel mobil body repair yoga sebamban ini mudah dijangkau dan cukup strategis karena berada dipinggir jalan raya.

4) Promotion

Promosi yang dilakukan oleh bengkel mobil body repair yoga sebamban ini cukup tepat, karena adanya plang nama bengkel dan promosi melalui pihak perusahaan dapat menarik minat konsumen baru dan dapat meningkatkan omzet.

5) Process

Proses pengerjaannya itu sendiri terbilang cukup memakan waktu, karena prosesnya yang bertahap dan penyelesaiannya pun tergantung cuaca.

6) People

People yang dimaksud disini tidak hanya konsumen tapi juga pegawai bengkel dan pemilik bengkel yang selalu memberikan pelayanan dan kenyamanan kepada pelanggan.

7) Physical Eviden

Physical eviden merupakan salah satu bauran pemasaran yang sangat penting

bagi keputusan konsumen. Dan bengkel mobil body repair yoga sebamban ini memberikan bentuk fisik yang memadai.

Saran

Untuk memperbaiki kekurangan atau kelemahan yang diutarakan diatas maka disarankan untuk melakukan beberapa hal sebagai berikut : Untuk promosi pada usaha bengkel mobil body repair ini penulis menyarankan untuk menggunakan media online whatsapp, facebook dan instagram dan mengunggah kegiatan perbaikan, mengunggah hasil perbaikan, guna menarik minat konsumen untuk datang ke bengkel mobil body repair sebamban. Upaya ini dapat meningkatkan omzet. Hal yang paling penting untuk diketahui adalah semua konsep atau aspek dari bauran pemasaran 7P ini akan saling berhubungan satu sama lain. Maka dari itu pendiri bengkel mobil body repair yoga sebamban haruslah menjalankan keseluruhannya secara proporsional dan beriringan. Hal ini untuk memastikan supaya bisnis dapat berjalan lebih lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, Jaya Bahwi Yanti dan Apippuddin. ,Upaya Meningkatkan Omzet Penjualan Smartphone Blackberry dengan Menggunakan Analisis Swot pada PT Teletama Artha Mandiri (TAM) Depo Banjarmasin', Jurnal KINDAI, No.2 , Vol. 11 Juni 2015.
- Rizky Amelia, 2016, Analisis Strategi pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Roti Hoki Boga Rasa Banjarbaru, FE Uniska Muhammaad Arsyad Al Banjary, Banjarmasin
- Kluter, P. (2012) Marketing Management, Prentice Hall, new Jersey. France: Edition pearson Education.
- Kluter dan Keller (2012),. Manajemen Pemasaran (Edisi 13). Jakarta : Erlangga
- Philip kluter, AB Sentoso. 2001.

- Managemen Pemasaran, di Indonesia, Jakarta, Penerbit Salemba Empat.
- Meleong, Lexi J. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002.
- Mudhofaroh, Atika. ,Strategi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan Jumlah Wajib Zakat di Lazis Jateng Cabang Temanggung'. Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2015.
- Setiadi, Nugroho J. Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta : Prenada Media, 2005.
- Suindrawati. ,Strategi Pemasaran Islami dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus di Toko Jesy Busana Muslim Bapangan Mendenrejo Blora)'. Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2015.
- Assuri, Sofian, 2004. Managemen Pemasaran. Jakarta; Rajawali Press
- Peter dan Olson, (2013) Perlaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, Edisi ke Sembilan. Diterjemahkan Oleh, Diah Empat, Jakarta
- Kotler, Philip dan Gery Amstrong, 2001, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 11 jilid 2, Alih Bahasa oleh Benyamin Molan, PT. Indeks
- Kotler, Philip,2002, *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, Terjemahan Damos Sihombing, M.BA, Jilid II Edisi 8, Erlangga, Jakarta
- David , Downey , 2002 , *Manajemen Agribisnis* , Edisi Kedua , Erlangga, Jakarta
- Mc. Daniel, *Pemasaran*, Edisi I, Salemba Empat, Jakarta,2001