

STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PT. FEDERAL INTERNATIONAL FINANCE (FIFGROUP) POS PELAIHARI KABUPATEN TANAH LAUT

Muhammad Rizky Wahyudi¹, Husnurrofiq², Abdul Kadir³

¹Program Studi Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 18.31.0045

²Program Studi Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1105036201

³Program Studi Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1116066502

Email : mrizkyw107@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Strategi pemasaran yang selama ini diterapkan oleh FIFGROUP Pos Pelaihari, (2) Strategi pemasaran yang paling tepat diterapkan pada FIFGROUP Pos Pelaihari.

Rancangan pada penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan penggalan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selanjutnya hasil penelitian dan pembahasan menarik kesimpulan dengan melihat hasil penyajian data dan mengacu pada rumusan masalah.

Hasil penelitian menunjukkan (1) Strategi pemasaran yang selama ini diterapkan pada FIFGROUP Pos Pelaihari adalah dengan menggunakan strategi pemasaran dengan alat bauran pemasaran 7P, yaitu strategi pemasaran pada produk (*product*), strategi pemasaran pada harga (*price*), strategi pemasaran pada promosi (*promotion*), strategi pemasaran pada distribusi/tempat (*place*), strategi pemasaran pada orang (*people*), strategi pemasaran pada proses (*process*), dan strategi pemasaran pada bukti fisik (*physical evidence*). (2) Strategi pemasaran yang seharusnya diterapkan pada FIFGROUP Pos Pelaihari dengan meningkatkannya strategi pemasaran yang sudah diterapkan sebelumnya melalui beberapa alat bauran pemasaran 7P, yaitu strategi pemasaran pada produk (*product*) memberikan penanganan yang tepat pada konsumen yang mengalami kredit bermasalah, strategi pemasaran pada harga (*price*) dapat memberikan penjelasan mengenai harga produk yang ditawarkan, strategi pemasaran pada promosi (*promotion*) dengan menambahkan karyawan yang difokuskan pada bidang sosial media untuk memberikan promosi serta informasi terbaru pada produk yang di tawarkan FIFGROUP Pos Pelaihari, strategi pemasaran pada orang (*people*) memberikan pelatihan ulang agar dapat menambah keahlian pada karyawan dalam menghadapi konsumen, strategi pemasaran pada bukti fisik (*physical evidence*) menambahkan satpam agar kantor lebih terjaga serta akan memberikan kepercayaan konsumen terhadap suatu tempat.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Penjualan

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) the marketing strategy that has been implemented by FIFGROUP Pos Pelaihari, (2) the most appropriate marketing strategy applied to FIFGROUP Pos Pelaihari.

The design in this study used descriptive qualitative research methods by extracting data through observation, interviews, and documentation. Furthermore, the results of research and discussion draw conclusions by looking at the results of data presentation and referring to the formulation of the problem.

The results of the study show (1) the marketing strategy that has been applied to FIFGROUP Pos Pelaihari is to use a marketing strategy with 7P marketing mix tools, namely marketing strategy on product, marketing strategy on price, marketing strategy on promotion, marketing strategy on distribution/place, marketing strategy on people, marketing strategy on process, and marketing strategy on physical evidence. (2) The marketing strategy that should be applied to FIFGROUP Pos Pelaihari is to improve the marketing strategy that has been applied previously through several 7P marketing mix tools, namely the marketing strategy on the product providing appropriate treatment to consumers who experience non-performing loans, marketing strategies on price can provide an explanation of the price of the products offered, marketing strategies for promotions by adding employees focused on social media to provide promotions and the latest information on products offered by FIFGROUP Pos Pelaihari, marketing strategies for people provide retraining in order to increase the expertise of employees in dealing with consumers, marketing strategy on physical evidence adding security guards so that the office is more awake and will give consumers confidence in a place.

Keywords: Marketing Strategy, Sales

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Atmoko, T. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation, 1*.
- Gusrizaldi, R., & Komalasari, E. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan di Indtako Swalayan Teluk Kuantan. *Jurnal Valuta 2*.
- Murtini, A., Zamhari, & Oktalina, G. (2019, November). Analisa Bauran Pemasaran (7P) Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Progresif Manajemen Bisnis, 6(4)*, 288-298.
- Mutiara, M. (2017). Penilaian Kegiatan Pemasaran Berbasis Analisis SWOT Pada Salon Headquarters The Hair & Beauty Bar Palembang.
- Ni'mah, W. C. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Tabung Gas Elpiji 5,5 KG & 12 KG*. Skripsi. Banjarmasin: Tidak Diterbitkan.
- Noor, S. (2014). Penerapan Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio di Malang. *Jurnal INTEKNA 2*.
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. (Sukarno, Ed.) Semarang: Penerbit Sukarno Pressindo.
- Raihanah, Samhudi, A., & Dewi, S. (2020). Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan PT. Federal International Finance (F.I.F) Cabang Martapura.
- Rizkyanti, P. (2019). *Analisis Saluran Distribusi Untuk Meningkatkan Penjualan Teh Siiplah PT. Mannasatria Kusumajaya Perkasa di Kabupaten Bojonegoro*. Skripsi
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis, 6*.
- Setiyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Sidiq, U., & Choiri, M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. (A. Mujahidin, Ed.) Ponorogo: CV. Nata Karya.
- Wardhana, Y. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Toko Ibu Faridah*. Skripsi. Tidak Diterbitkan.
- Yeni, F., Erwin, G., & Ali, H. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada PT. Federal International Finance (FIF) Group di Kecamatan Ipuh Kabupaten Mukomuko. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, 1(1)*.