

ABSTRAK

Nurul Huda, Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Pada Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 2022, Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Toko AR Phone Cell Martapura, Pembimbing I : Syahrani, Pembimbing II : Akhmad Samhudi

Tujuan penelitian ini adalah (1) mengetahui strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan yang dilakukan oleh Toko AR Phone Cell Martapura dan (2) memberikan solusi atas strategi yang paling tepat dilakukan oleh Toko AR Phone Cell Martapura untuk dapat meningkatkan penjualannya.

Jenis penelitian bersifat deskriptif karena memberikan uraian mengenai hasil penelitian secara kesimpulan. Penelitian dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data secara deskriptif dengan pendekatan analisis matriks IFAS dan EFAS untuk merumuskan strategi pemasaran berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman objek penelitian.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa (1) Pada lingkungan internal Toko AR Phone Cell Martapura terdapat kelebihan berupa pengelolaan keuangan yang baik dan beberapa kelemahan yaitu minimnya usaha dalam aspek pemasaran, kurang efektifnya jumlah karyawan, dan kurangnya kompetensi karyawan. Sedangkan pada lingkungan eksternalnya, ada beberapa hal yang sangat berpengaruh bagi Toko AR Phone Cell Martapura yaitu ketatnya persaingan usaha pada industri ini, banyaknya pesaing yang baru, dan adanya barang pengganti. Sementara daya tawar pemasok dan pembeli dianggap tidak terlalu berpengaruh karena daya tawar pemasok dan pembeli yang dimiliki Toko AR Phone Cell Martapura tidak terlalu tinggi. (2) Secara keseluruhan, strategi alternatif untuk pengembangan bagi Toko AR Phone Cell Martapura merupakan *combination strategy* (strategi kombinasi), dimana peneliti menganjurkan strategi penetrasi pasar untuk mengatasi masalah atau kekurangan pada aspek pemasaran, dan menganjurkan beberapa strategi alternatif untuk mengatasi masalah atau kekurangan pada aspek sumber daya manusia.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Penjualan, SWOT

ABSTRACT

Nurul Huda, Faculty of Economics Management Study Program at the Islamic University of Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjarmasin, 2022, Analysis of Marketing Strategies in Increasing Sales at the Toko AR Phone Cell Martapura, Supervisor I : Syahrani, Supervisor II : Akhmad Samhudi

The purpose of this study is (1) to find out the marketing strategy in increasing sales carried out by the Toko AR Phone Cell Martapura and (2) to provide solutions to the most appropriate strategy carried out by the Toko AR Phone Cell Martapura to increase its sales.

This type of research is descriptive because it provides a description of the results of the research in conclusion. The research was conducted by means of interviews, observation and documentation. Descriptive data analysis technique using IFAS and EFAS matrix analysis approaches to formulate marketing strategies based on the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the research object.

The results of this study can be concluded that (1) In the internal environment of the Toko AR Phone Cell Martapura there are advantages in the form of good financial management and several weaknesses, namely the lack of effort in the marketing aspect, the ineffective number of employees, and the lack of employee competence. Meanwhile, in the external environment, there are several things that are very influential for the Toko AR Phone Cell Martapura, namely the intense business competition in this industry, the number of new competitors, and the existence of substitute goods. Meanwhile, the laughter of suppliers and buyers is considered not too influential because the bargaining power of suppliers and buyers of the Toko AR Phone Cell Martapura is not too high. (2) Overall, the alternative strategy for development for the Toko AR Phone Cell Martapura is a combination strategy, where the researcher recommends a market penetration strategy to overcome problems or deficiencies in the marketing aspect, and recommends several alternative strategies to overcome problems or deficiencies in aspects of human resources.

Keywords: Marketing Strategy, Sales, SWOT