

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM USAHA
MENINGKATKAN PENJUALAN HANDPHONE PADA PT. SINAR JAYA
KOMUNIKA BANJARMASIN**

FADIAH¹, HAIRUL², PERIYADI³

¹Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad
Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, 19310013

²Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad
Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, 069908141

³Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad
Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, 061604894

Email : fadiah0903@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi (1) strategi pemasaran PT. Sinar Jaya Komunika Banjarmasin. (2) strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan penjualan handphone. (3) dampak dari strategi pemasaran tersebut.

Metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, dan temuan penelitian ini berasal dari observasi dan wawancara dengan pimpinan atau karyawan PT. Sinar Jaya Komunika Banjarmasin.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) PT. Sinar Jaya Komunika Banjarmasin menggunakan tiga strategi pemasaran yaitu, iklan, promosi, dan penjualan pribadi. (2) strategi penjualan akan berdampak besar pada penjualan handphone jika PT. Sinar Jaya Komunika Banjarmasin menerapkannya sesuai dengan tujuan perusahaan. (3) dengan menerapkan strategi penjualan handphone PT. Sinar Jaya Komunika Banjarmasin dapat memperluas bisnisnya.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Peningkatan Penjualan, Implikasi Penjualan

DAFTAR PUSTAKA

- Analisis, 2016. Dalam KBBI Daring, diakses pada 24 Nopember 2021, dari <https://kbbi.web.id/analisis>
- Basu Swastha Dharmmesta. (2014:246). Manajemen Pemasaran. BPFE: Yogyakarta.
- Dayanto, 2011. Manajemen pemasaran. Cetakan 1. Bandung : Satu Nusa
- Fanji Tjipto, 2008. Strategi pemasaran. Edisi ketiga. ANDI : Yogyakarta
- Henryadi, Tricahyadinata, I., Zannati, R.(2019). Metode Penelitian: Pedoman Penelitian Bisnis dan Akademik. Jakarta: Lembaga Pengembangan Manajemen dan Publikasi Imperium (LPMP Imperium).
- Hermawan, A. 2012. Komunikasi pemasaran. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip, 1987, Dasar-dasar Pemasaran, Edisi Ketiga, Jilid 1, INTERMEDIA, Jakarta.
- Kusumadmo, E. 2013. Manajemen Strategik Pengetahuan. Yogyakarta : Cahaya Atma Pustaka.
- _____. 2007. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Edisi Ketiga. Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. Jakarta: Balai Pustaka.
- Sugiyanto, 2010. Metode penelitian kualitatif. Bandung : Alfabeta
- Sutrisno., 2013., Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi. Ekonisia, Yogyakarta.
- Tjipto, Fandy, (2014), Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, AndiOffset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Bisnis Pemasaran, Edisi 3. Andi : Yogyakarta

Zevi, Irfan. 2018. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada PT Proderma Sukses Mandiri. Skripsi.