

# ANALISIS KEBIJAKAN STRATEGI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi pada toko Indomaret Sultan Adam Banjarmasin)

Doni Arya, Hj. Erni Alfisah, Purboyo  
Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan  
Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Email : [Aryadoni6000@gmail.com](mailto:Aryadoni6000@gmail.com)

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi promosi yang diterapkan oleh perusahaan indomaret dalam meningkatkan penjualan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif, proses penelitian pendekatan kualitatif dimulai dengan pengembangan asumsi asumsi dasar kemudian dikaitkan dengan kaidah-kaidah pemikiran yang digunakan dalam penelitian. Data yang dikumpulkan dalam penelitian pustakan, survey, observasi lapangan dan wawancara kemudian diinterpretasikan.

Hasil penelitian ini mendeskripsikan strategi promosi pada Indomaret Sultan Adam Banjarmasin dalam meningkatkan penjualannya, menunjukkan bahwa terjadinya penjualan yang tidak stabil dalam kurun waktu 5 bulan terakhir yaitu bulan januari sampai bulan mei 2023. Untuk mengatasi hal demikian hendaknya menyusun strategi promosi yang tepat sehingga penjualan dapat ditingkatkan.

**Kata Kunci :** Strategi Promosi, Meningkatkan Penjualan

---

## ABSTRACT

*This research was conducted to determine the promotion strategy implemented by Indomaret companies in increasing sales.*

*This type of research is descriptive research, the research process is a qualitative approach starting with the development of basic assumptions then associated with the principles of thought used in the research. Data collected in library research, surveys, field observations and interviews were then interpreted.*

*The results of this study describe the promotion strategy at Indomaret Sultan Adam Banjarmasin in increasing its sales, indicating that sales have been unstable in the last 5 months, namely January to May 2023. To overcome this, you should develop the right promotion strategy so that sales can be increased.*

*Keywords: Promotion Strategy, Increase Sales*

## REFERENSI

- A Pearce II Jhon.Richard B. Robinson Jr. (2013). *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*, Terj. Nia Pramita Sari.Jakarta : Salemba Empat.
- Aarker, David., (2013). *Manajemen Pemasaran Strategis*. Edisi 8. Jakarta: Salemba Empat.
- Abdul Majid. (2013). *Strategi Pembelajaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Afin. (2013). *Menciptakan SDM Berkualitas*. PT. Gelora Aksara Pratama. Jakarta.
- Agustino, Leo.(2017). *Dasar-dasar Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Ayuningtyas, Dumilah. (2014). *Kebijakan Kesehatan: Prinsip dan Praktik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- David Fred R., Forest R. David (2015), *Strategic Management : A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases*, Edisi ke-15, New Jersey: Pearson Education.
- Eddy Yunus. (2016). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi Offset
- Hamel dan Prahalad. (2018).*Management*. New Delhi: Tata McGraw Hill,
- Johnson, G. and Scholes, K. (2016). *Exploring Corporate Strategy-Text and Cases*. Hemel Hempstead: Prentice-Hall.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Laksana. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Khalifah Mediatama. Depok.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran : Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*, Cetakan Ke-1. Bandung: Alfabeta.
- Rangkuti, Freddy. (2013). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sudjana, Nana. (2016). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. BANDUNG: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Sugiyono, (2013), *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA)
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: FKIP UHAMKA.
- Yunus, Eddy. (2016). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Sangadji dan Sophia. 2013. Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai. Himpunan Jurnal Penelitian. ANDI, Yogyakarta
- Silvana 2012. Penerapan Strategi Pemasaran Marketing Mix (Studi Kasus pada PT. Batik Danar Hadi). Widya Teknika Vol.20 No.1; Maret 2012 ISSN 1411 – 0660. <http://publishingwidyagama.ac.id/ejournalv2/index.php/widyateknika/article/viewFile/8/8> diakses tanggal 18-juni-2023. Hal 55-62.
- Tjiptono, F.2011. Strategi Pemasaran, Edisi 3.ANDI ,Yogyakarta
- Tulung, Joy Elly (2017). "Resource Availability and Firm's International Strategy as Key Determinants Of Entry Mode Choice." *Jurnal Aplikasi Manajemen-Journal of Applied Management* 15.1. <http://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/916>

- Faulidi, Haris. 2004. *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*. (Yogyakarta: MSI UII)
- Griffin, R.W. 2004. *Manajemen*. (Jakarta: Erlangga)
- Hapsari, Niken Tri. 2010. *Seluk Beluk Promosi & Bisnis*. (Jogjakarta: A· PLUS BOOKS)
- Hariningsih. 2005. *Teknologi Informasi*. (Yogyakarta: Graha Ilmu)
- Hartono, Sirod. 2005. *Kiat Sukses Berwirausaha*. (Yogyakarta: ADICITA)
- Hutabarat, J. & M. Husaini. 2006. *Proses, Formulasi & Implementasi Manajemen Strategik Kontemporer*. (Jakarta: Elex Media Komputindo)
- Irawan. 1998. *Pemasaran Prinsip Dan Kasus Edisi 2*. (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta)
- Nurgiyantoro, Singgih. 2014. *Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Garskin Yang Dimediasi Word of Mouth Marketing*. (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan)
- Prastowo, Andi. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif: Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media)
- Prawirosentono, Suyadi. 2002. *Pengantar Bisnis Modern*. (Jakarta: PT. Bumi Aksara)
- , 2007. *Manajemen Mutu Terpadu Abad 21*. (Jakarta: PT. Bumi Aksara)
- Purnama, Lingga. 2004. *Strategic Marketing Plan: Panduan Lengkap dan Praktis Menyusun Rencana Pemasaran yang Efektif*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama)
- Rangkuti, Freddy. 1997. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama)
- Romli, M. & Asep Syamsul. 2012. *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. (Bandung; Nuansa Cendekia)