

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK DI HAPEWORLD CAB. HANDIL BAKTI

Nur Munika Afriyani¹, Teguh Wicaksono², Azzahraty,³

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, Indonesia 19310257

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, Indonesia 061501801

³Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, Indonesia. 060610332

Email: monikaafriyani13@gmail.com

ABSTRAK

Nur Munika Afriyani, 2023, Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di Hapeworld Cab. Handil Bakti, Fakultas Manajemen, Universitas Islam Kalimantan, Pembimbing I : TEGUH WICAKSONO S.Kom,MM , Pembimbing II : AZZAHMATY, SE, M.MPd, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Hapeworld Cab. Handil Bakti dalam meningkatkan penjualan dan (2) Apa saja upaya yang dilakukan dalam meningkatkan penjualan produk pada Hapeworld Cab. Handil Bakti. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Rancangan penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan merupakan deskriptif yang diperoleh dari data – data berupa tulisan, kata – kata dan dokumen yang berasal dari sumber yang diteliti.

Hasil penelitian ini menunjukkan (1) Hapeworld Cab. Handil Bakti menggunakan strategi pemasaran melalui penjualan (sales) dan promosi. Sales digunakan untuk menjelaskan kelebihan produk dan mencapai target penjualan, sedangkan promosi dilakukan melalui diskon dan giveaway. (2) Hapeworld Cab. Handil Bakti perlu mengadopsi strategi pemasaran yang kreatif dan efektif untuk meningkatkan penjualan. Dalam industri yang kompetitif, kreativitas menjadi kunci untuk membedakan diri dari pesaing. Dengan ide-ide inovatif, perusahaan dapat menciptakan kampanye pemasaran yang unik dan menarik, menarik perhatian konsumen, dan mempengaruhi mereka untuk memilih produk atau layanan Hapeworld Cab. Handil Bakti.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Meningkatkan Penjualan.

ABSTRACT

Nur Munika Afriyani, 2023, Analysis of Marketing Strategy in Increasing Product Sales at Hapeworld Cab. Handil Bakti, Faculty of Management, Kalimantan Islamic University, Supervisor I : TEGUH WICAKSONO S.Kom,MM , Advisor II : AZZAHMATY, SE, M.MPd, MM

This study aims to determine (1) the implementation of the marketing strategy carried out by Hapeworld Cab. Handil Bakti in increasing sales and (2) What efforts have been made to increase product sales at Hapeworld Cab. Handil Bakti. Data collection techniques used are observation, interviews and documentation. The research design of this research is a qualitative research and is descriptive which is obtained from data in the form of writing, words and documents originating from the sources studied. The results of this study indicate (1) Hapeworld Cab. Handil Bakti uses a marketing strategy through sales and promotion. Sales are used to explain product advantages and achieve sales targets, while promotions are carried out through discounts and giveaways. (2) Hapeworld Cab. Handil Bakti needs to adopt a creative and effective marketing strategy to increase sales. In a competitive industry, creativity is the key to differentiate yourself from competitors. With innovative ideas, companies can create unique and attractive marketing campaigns, attract consumers' attention, and influence them to choose Hapeworld Cab products or services. Handil Bakti.

Keywords: Marketing Strategy, Increasing Sales

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2018. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks
- Gunawan, C. I., Mukoffi, A & Handayanto, A. J. (2017). Strategi Perbankan Syariah Menghadapi Persaingan di ERA MEA. CV. IRDH: Purwokerto.
- Atmoko, T. P. H. (2018). "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta". Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation, Volume 1, Nomor 2 (hlm. 83–96).
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi. Yogyakarta: ANDI
- Abdullah, Thamrin. 2017. Manajemen Pemasaran. PT Raja Grafindo Persada. Depok.
- Indra Mahardika, Putra. 2017. "Pengantar Akuntansi." Yogyakarta: Quadrant Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). Principles of Marketing. 17th red. New York
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit Alfabeta, Bandung
- Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: ALFABETA
- Mashudi, 2019, Penyelesaian Sengketa Industrial. Surabaya: CV. Jakad Publishing
- David, Fred R. (2014). Manajemen Strategis, Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia. Books.google.co.id. Februari 2020.
- Didin Syarifudin (2017). Competitive Advantage on Hotel in Basu Swastha dan Hani Handoko, Manajemen Perusahaan Analisa Perilaku Konsumen, Yogyakarta : Liberty Edisi Pertama.
- Danang Sunyoto. 2013. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CAPS.
- Tull, Donald S. dan Lynn R. Kahle. 2016. Marketing Management. Prentice Hall International.
- Musfar, T. F., & SE, M. (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran. Media Sains Indonesia.
- Prasetyo, L. D., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Faktor-Faktor Segmentasi Demografis Dan Segmentasi Psikografis Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Mtc Manado. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 5(2).
- Mardia, M., Hutabarat, M. L. P., Simanjuntak, M., Sipayung, R., Saragih, L., Simarmata, H. M. P., ... & Weya, I. (2021). Strategi Pemasaran. Yayasan Kita Menulis. Sains Indonesia.

PATI, B. (2017). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Pada Produk Simpanan Sukarela (SIRELA)

Tjiptono, Fandy, Ph.D. 2019. Strategi Pemasaran. Yogyakarta. Andi Arif, Rahman, et. al. 2018. Pengembangan Aplikasi Pembelajaran TIK Berbasis Web Menggunakan Model Addie Untuk Siswa SMK. Surabaya. ejournal.itats.ac.id