



# Plagiarism Checker X Originality Report

**Similarity Found: 11%**

Date: Selasa, Juli 23, 2019

Statistics: 197 words Plagiarized / 1848 Total words

Remarks: Low Plagiarism Detected - Your Document needs Optional Improvement.

---

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PADA UD. SYAMSUDIN MOTOR DI BANJARMASIN Fitria Natasyaf88@gmail.com ABSTRAK  
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk pada UD. Syamsudin Motor Banjarmasin,(2) strategi pemasaran yang seharusnya meningkatkan penjualan di banjarmasin. Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian deskriptif kualitatif yaitu suatu metode penelitian yang di tujukan untuk mrngambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang berlangsung saat ini atau saat yang lampau. Hasil penelitian menunjukkan (1) Kebijakan strategi pemasaran produk pada UD.

Syamsudin Motor Banjarmasin tidak berbelit-belit, karena hanya melalui face to face. (2) dalam memasarkan produk melakukan kegiatan promosi penjualan dalam bentuk strategi bauran promosi, dan (3) pada distribusi yang ada dalam UD. Syamsudin Motor Banjarmasin hendaknya melakukan distribusi secara langsung dan bermitra dengan pelanggannya walaupun itu masih dalam tingkat mikro, misalkan UD.

Syamsudin Motor Banjarmasin bermitra dengan orang ketiga. Kata Kunci:Kebijakan strategi pemasaran,peningkatan penjualan ABSTRACT This study aims to find out: (1) marketing strategies to increase product sales at UD. Syamsudin Motor Banjarmasin, (2) marketing strategies that should increase sales in Banjarmasin.

This study uses a descriptive qualitative research design that is a research method that is aimed at describing existing phenomena, which take place now or in the past. The results of the study show (1) Product marketing strategy policy at UD. Syamsudin Motor Banjarmasin is not complicated, because it is only through face to face.

(2) in marketing products to carry out sales promotion activities in the form of promotional mix strategies, and (3) on distributions in UD. Syamsudin Motor Banjarmasin should distribute directly and partner with its customers even though it is still at the micro level, for example UD. Syamsudin Motor Banjarmasin partnered with a third person.

Keywords: Policy marketing strategy, increase sales  
PENDAHULUAN Alasan peneliti mengambil judul tersebut penjelasan ini lebih mengarah dan memperoleh gambaran yang jelas serta memudahkan para pembaca untuk memahami permasalahan yang akan dibahas. Zaman sekarang banyak muncul berbagai macam bidang usaha, di mana usaha itu bisa menghasilkan keuntungan bagi pemilik usaha itu tersebut.

Semakin pesatnya teknologi membuat para pengusaha berani membuka usaha sendiri, khususnya pada UD. Syamsudin motor di Banjarmasin yang bergerak di bidang usaha penjualan sperpart kendaraan bermotor, banyak orang yang menekuni usaha ini karena usaha ini cukup menjanjikan dan sangat berpotensi. Hal ini tentu saja menimbulkan persaingan bagi pengusaha tersebut.

Apalagi perkembangan alat transportasi di Indonesia pada masa sekarang ini maju dengan pesatnya, kemajuan ini terlihat dengan adanya perkembangan atas berbagai macam produksi dari pabrik-pabrik yang di hasilkan. Di samping itu dengan perkembangan alat transportasi ini mungkin akan membuka luas kesempatan kerja bagi para pencari kerja dengan di bukannya lapangan kerja seperti UD. Syamsudin motor di Banjarmasin. Di usaha ini para pengusaha harus bisa berinteraksi dengan lingkungan bisnis ini, di mana harus memiliki strategi jitu dalam melakukan penjualan setiap pengusaha pasti menyadari bahwa mengelola harus mempunyai tanggung jawab yang besar.

Di samping itu pengusaha harus mengembangkan usahanya dengan membuka cabang atau bekerja sama dengan orang lain. Dengan cara itu usaha yang mereka jalankan akan bisa bersaing dan lebih banyak mendapatkan keuntungan, dalam kegiatan berusaha yang perlu di perhatikan adalah kepuasan konsumen, karena apabila kita tidak dapat memberikan rasa puas pada konsumen maka produk yang kita tawarkan akan kurang di minati konsumen tersebut.

Apabila pengusaha bisa menjalankan langkah-langkah itu dengan baik dan benar maka akan mendapatkan keuntungan dan usaha mereka akan di percaya oleh masyarakat atau para konsumen. Dari pembahasan di atas sebagai tantangan yang di hadapi baik yang sifatnya internal maupun yang bersifat eksternal. Keberadaan dan pertumbuhan usaha hanya akan terjamin apabila pelayanan yang di berikan kepada konsumen dapat

memuaskan para konsumen tersebut.

Dalam hal memahami analisis strategi meningkatkan penjualan pengusaha harus bisa mengatasi tuntutan konsumen terhadap pelayanan UD. Syamsudin motor, maka harus mempunyai strategi dalam menghadapi persaingan usaha, sekaligus untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat baik dalam hal sarana atau pelayanan yang mampu menarik minat pelanggan sehingga menjadi pelanggan tetap.

**METODE** Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kualitatif, penelitian kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Menurut Saryono (2010), penelitian kualitatif merupakan penelitian yang di gunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh social yang tidak dapat di jelaskan, di ukur atau di gabarkan melalui pendekatan kualitatif.

Metode yang di gunakan dalam menyusun skripsi ini, penulis menggunakan metode penelitian sebagai berikut : Tempat penelitian yaitu UD. Syamsudin motor Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah UD. Syamsudin motor yang bergerak di bidang penjualan sperpart dan macam macam alat-alat kendraan bermotor.

**Narasumber** Narasumber adalah istilah umum yang merujuk kepada seseorang, baik mewakili pribadi maupun suatu lembaga, yang memberikan atau mengetahui secara jelas tentang suatu infotmasi, atau menjadi sumber informasi untuk kepentingan pemberitaan. Adapun narasumber yang penulis tanyakan untuk mengetahui informasi tentang UD.

Syamsudin motor ini, sebagai berikut : Pimpinan Secara terperinci tugas seorang pimpinan meliputi, pengambilan keputusan, menetapkan sasaran, dan menyusun kebijaksanaan karena pimpinan bertanggung jawab penuh atas jalannya perusahaan. Karyawan Secara umum karyawan sangatlah dibutuhkan oleh setiap perusahaan atau lembaga, karena tanpa karyawan pekerjaan tidak bisa terselesaikan dan tentu perusahaan tidak dapat beroperasi. Itulah mengapa setiap perusahaan atau lembaga membutuhkan karyawan untuk setiap operasionalnya.

Pelanggan/konsumen Pelanggan atau konsumen biasanya yang mencoba menggunakan jasa atau produk dari sebuah perusahaan. Pelanggan terbentuk dari pola kerja sama saling menguntungkan antara penyedia layanan dan pengguna layanan. Teknik pengumpulan data Dalam rencana penyusunan skripsi ini penulis mengumpulkan data dengan cara : (1) Survey yaitu pengumpulan data melalui hasil wawancara kepada para konsument di UD. Syamsudin motor. (2) Data primer yaitu yang bersumber dari pemilik

UD. Syamsudin motor berupa informasi yang menjadi objek penelitian.

(3) **Data sekunder yaitu data yang di peroleh dari** buku bacaan di perpustakaan, catatan kuliah dan yang lainnya yang berhubungan dengan masalah penyusunan skripsi ini. 4) Alamat penelitian Penelitian ini saya lakukan di UD. Syamsudin motor Banjarmasin yang beralamat di JL.KS.Tubun RT.14 Kelayan B Banjarmasin. HASIL DAN PEMBAHASAN Untuk dapat mengetahui sekedar gambaran data pemasaran sekarang yang ada pada UD. Syamsudin motor seperti pada table berikut. Tabel TABEL 1.1

MEDIA PEMASARAN **YANG DI GUNAKAN PADA** UD. SYAMSUDIN MOTOR DI BANJARMASIN NO \_TAHUN \_MEDIA PEMASARAN \_PERSENTASI \_1 \_2016 \_Iklan baris di koran \_60% \_2 \_2017 \_Sales marketing \_80% \_3 \_2018 \_Spanduk, Banner, Brosur \_90% \_ \_Sumber : UD.

Syamsudin motor 2019 Maka untuk menghadapi masalah-masalah tersebut pengusaha harus memiliki strategi agar penjualannya terus meningkat dan usahanya tetap berjalan dengan lancar. 2. Struktur Gambar 1.1 : struktur organisasi Sumber : UD. Syamsudin Motor Banjarmasin, 2019 Berdasarkan gambar 1 di atas, maka dapat diuraikan **tugas dan tanggung jawabnya** masing-masing yaitu sebagai berikut.

Pimpinan Mengatasi masalah-masalah yang timbul dan mengetahui perkembangan penjualan dan pencapaian target yang di tetapkan sebelumnya. Mengelola dan membimbing semua karyawan dalam melaksanakan tugas masing-masing sesuai ketentuan. Memutuskan dan menetapkan kebijaksanaan perusahaan dengan meminta, menerima, dan mempertimbangkan usul atau pendapat bawahan sebagai bahan mengambil keputusan.

Keuangan Membuat laporan keuangan yang terjadi dalam perusahaan baik pembelian maupun penjualan dan melaporkannya secara harian, mingguan, maupun bulanan guna mengetahui pendapatan perusahaan. Menanggapi hal-hal yang berkaitan dengan masalah nota pembelian dan surat pengiriman barang. Bertanggung jawab kepada pimpinan atas pelaksanaan tugas dalam urusan keuangan perusahaan **sesuai dengan yang di** inginkan pimpinan.

Kepala mekanik Memberikan pelayanan kepada konsumen yang melakukan service kendaraan bermotor. Melakukan pengecekan terhadap kendaraan bermotor yang sudah di service. Mekanik Bertugas melakukan perbaikan pada kendaraan bermotor. Memeriksa kerusakan kendaraan bermotor dan berunding dengan konsumen untuk menentukan mengganti atau tidaknya bagian yang rusak.

**PENUTUP KESIMPULAN** Berdasarkan uraian yang telah di tuliskan maka dapat ditarik kesimpulan-kesimpulan sebagai berikut : 1) UD. Syamsudin Motor adalah perusahaan yang menjual berbagai macam produk sperpart-sperpart kendaraan bermotor. 2) Daerah pemasaran wilayah Banjarmasin yang beralamat Jl. K.S. Tubun RT.011 RW.001 3) Penjualan produk pada UD.

Syamsudin Motor selama tiga tahun terakhir yaitu dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2018 mengalami penurunan dan tidak mencaoai target penjualan. Setelah dilakukan penelitian dan Analisa ternyata penurunan tersebut berkaitan dengan kurangnya promosi, terbatasnya dana untuk kegiatan promosi dan timbulnya persaingan antar perusahaan lain.

4) Promosi yang dilakukan selama ini oleh UD, Syamsudin Motor adalah berupa personal selling dengan tenaga penjual yang terbatas, dan pemasaran langsung melalui handphone selain itu juga melalui alat-alat transaksi, seperti nota, kwitansi dan lain-lain. 5) Pada umumnya komponen promotional mix seperti publisitas kurang, periklanan lewat radio pernah dilaksanakan tetapi kurang maksimal dan tidak adanya sales promotion diperusahaan ini.

6) Jumlah dana yang terbatas menyebabkan perusahaan ini tidak bebas memilih bentuk dan media promosi promosi yang sesuai dengan kebutuhan, sehingga kurang efektifnya pemasaran yang dilakukan. 7) Munculnya perusahaan lain yang bergerak dibidang yang sama sehingga membuat penurunan penjualan produk perusahaan. 8) Untuk mengatasi masalah yang ada maka perusahaan harus melakukan perbaikan terhadap pemasaran yang telah dilakukan dan menambah kegiatan promosi dalam bentuk lain yang relative lebih murah, efektif dan efesien, serta dapat membawa keuntungan yang maksimal bagi perusahaan yang salah satunya adalah meningkatkan penjualan sehingga mampu membawa perusahaan besaing dengan perusahaan lain dan bisa bertahan **untuk masa yang akan** datang. 2.

**SARAN-SARAN** Untuk mengatasi kelemahan-kelemahan seperti yang diuraikan diatas maka disarankan kepada UD. Syamsudin Motor untuk melakukan hal-hal sebagai berikut: 1) Sebaiknya kegiatan promosi yang telah berjalan itu lebih ditingkatkan lagi. Personal selling yang sekarang dilaksanakan sebaiknya lebih ditingkatkan dengan mengefektifkan tenaga penjual yang ada melalui Pendidikan teoritis dan pemberiaan pengalaman melalui latihan secara nyata pada transaksi-transaksi penjualan pemasaran langsung melalui handphone yang hanya pada pelanggan yang ada supaya lebih diperluas lagi ruang lingkupnya dengan melihat keadaan pasar, sehingga dapat memperoleh tempat kedudukan calon pembeli potensial.

Dari situ bisa dilaksanakan pemasaran langsung yang lebih efektif. Mengingat perlunya penambahan pelanggan melalui promosi-promosi tersebut sebagai realisasi usaha meningkatkan pemasaran yang akan menjamin masa depan perusahaan. 2) Merumuskan tujuan dan kebijakan pemasaran, baik jangka Panjang maupun jangka pendek, agar memungkinkan perusahaan untuk melakukan perbaikan secara cepat dan tepat apabila melaksanakan kegiatan pemasaran menyimpang dari apa yang telah ditetapkan.

3) Perusahaan harus segera menambah kegiatan promosi dibidang periklanan melalui papan nama atau reklame dalam bentuk yang lebih besar agar jelas terlihat oleh konsumen dan kegiatan promosi penjualan melalui display, kegiatan hubungan masyarakat serta publisitas. 4) Merencanakan program pemasaran setiap tahunnya adalah pentingnya bagi perusahaan untuk dijadikan alat antisipasi persaingan, dalam rangka meningkatkan usaha pemasaran.

5) Dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran harus diawasi oleh orang-orang yang berpengalaman untuk menilai hasilnya sebagai bahan perbandingan dengan kegiatan pemasaran lainnya. 6) Sebaiknya perusahaan lebih memperhatikan persaingan yang ada dan memulai menggunakan strategi penetrasi pasar. 7) Supaya masa depan perusahaan terjamin perusahaan harus mengorientasikan usahanya pada pelanggan dan pelayanan yang baik kepada pelanggan.

8) Menyusun anggaran pemasaran harus realistis, tidak berlebihan dan tidak pula terlalu terminal. Oleh karena itu perusahaan perlu memilih media promosi yang tepat sesuai dengan anggaran dana yang tersedia agar promosi itu bisa berperan dalam usaha meningkatkan pemasaran sehingga memberikan hasil yang maksimal bagi perusahaan.

9) Perusahaan harus mempersiapkan strategi jitu untuk menghadapi persaingan yang muncul dari perusahaan lain yang bergerak dibidang yang sama sehingga perusahaan dapat mempertahankan perkembangan perusahaannya tersebut. REFERENSI Buku 1 Penulis Kotler, Philip, 2002, Manajemen pemasaran : Analisis, perencanaan, implementasi, dan control. Buku 2 Penulis Lopyoadi, rambat dan A.

Hambdani, 2006, Manajemen pemasaran jasa, salemba empat Jakarta. Buku 3 Penulis Purwanto, iwan, 2008, Manajemen strategi. Yrama widya. Bandung. Buku 4 Penulis Simamora, Bilson, 2001. Memenangkan pasar dengan pemasaran yang efektif dan profitable PT. Gramedia pustaka utama. Jakarta. Buku 5 Penulis Simamora, Bilson, 2003. Membongkar kotak hitam konsumen, PT. Gramedia pustaka utama. Jakarta.

## INTERNET SOURCES:

---

<1% - <http://library.um.ac.id/ptk/index.php?mod=detail&id=76480>  
<1% - <https://quizlet.com/37362672/exam-2-research-flash-cards/>  
<1% - <https://www.fda.gov/downloads/Drugs/NewsEvents/UCM441250.pdf>  
<1% - <https://makananmakananringankediri.blogspot.com/2013/>  
<1% - <https://mulyawans.blogspot.com/2009/12/islam-dan-tantangan-globalisasi.html>  
<1% - <https://biografi-pengusaha.blogspot.com/2014/03/>  
<1% - <https://peluangusahaoke.wordpress.com/tag/produk/page/4/>  
<1% - <https://sodikintea.blogspot.com/2013/04/pengelolaan-koperasi-yang-baik.html>  
<1% -  
<https://fajrianoor.blogspot.com/2010/12/issu-legal-dan-tantangan-yang-dihadapi.html>  
<1% - <https://afifulikhwan.blogspot.com/2013/06/rancangan-penelitian-kualitatif.html>  
1% - <https://evadiyanti14.wordpress.com/2014/02/16/penelitian-kualitatif/>  
<1% -  
<https://docplayer.info/54944796-Prosiding-seminar-nasional-2016-transformasi-pembelajaran-ilmu-ilmu-sosial-abad-21-yang-inovatif-kreatif-dan-berbasis-kearifan-lokal.html>  
1% - <https://es.scribd.com/document/404278093/Laporan-Tutorial-Minggu-3-Blok-3-5>  
<1% -  
<https://referensi-kepemimpinan.blogspot.com/2009/03/tugas-dan-fungsi-pemimpin.html>  
1% -  
<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/23378/Chapter%20II.pdf;sequence=3>  
1% -  
<http://www.pengertianku.net/2017/01/pengertian-karyawan-dan-jenisnya-secara-umum.html>  
<1% - [https://www.academia.edu/23433536/makalah\\_proposal\\_penelitian](https://www.academia.edu/23433536/makalah_proposal_penelitian)  
<1% - <https://seminarap2011.wordpress.com/2011/10/>  
1% -  
<https://anggaradana.blogspot.com/2017/05/laporan-praktek-kerja-lapangan-pkl.html>  
<1% -  
<https://zombiedoc.com/kata-pengantar620e07e75640214808f050a30be53f4114948.html>  
|  
<1% - <https://kasuskasuspajak.blogspot.com/2009/06/pph-23.html>  
<1% -  
<https://mydreamtwozero.blogspot.com/2013/10/tugas-pkn-pelaksanaan-otonomi-daerah.html>  
<1% - <https://contohmakalahbi.blogspot.com/#!>

<1% -

<https://alwan-syahreza.blogspot.com/2011/07/makalah-inovasi-pendidikan-ruang.html>

<1% - <http://digilib.upi.edu/digitalist.php?export=xml>

<1% -

<https://contohskripsiakuntansi.blogspot.com/2015/11/peranan-pemeriksaan-operasional-dalam.html>

<1% -

<https://hamiddarmadi.blogspot.com/2011/04/moral-dan-profesionalisme-guru-oleh.html>

1% -

<https://indonesiabelajar.blogspot.com/2012/02/15-tanya-jawab-soal-marketing.html>

<1% - [http://digilib.uinsby.ac.id/22324/3/Nujullah%20Hanif%20Fauziah\\_G04214026.pdf](http://digilib.uinsby.ac.id/22324/3/Nujullah%20Hanif%20Fauziah_G04214026.pdf)

1% -

<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/40263/1/M.%20HIDAYATUL%20MUNIR%20-%20FDK.pdf>

1% -

<http://wartawarga.gunadarma.ac.id/2010/11/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-perilaku-konsumen-dalam-pembelian-telepon-seluler-di-makassar/>