

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 hal 2022 280-286

Analisis Strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada PT. Aneka Gas Industri Tbk

Ayu Lestari Sinambela, Fenny Krisna Marpaung

Universitas Prima Indonesia

fennykrisnamarpaung@unprimdn.ac.id

ABSTRACT

Marketing strategy in increasing sales volume at PT. Aneka Gas Industri Tbk, Medan aims to find out and learn how the general condition profile in marketing at the company, through identification and analysis of internal and external factors that exist in PT. Aneka Gas Industri Tbk, Medan. To find out how the strategy of PT. Aneka Gas Industri Tbk, Medan in increasing sales in market share and competing with other industrial gas companies and knowing the strategies used by PT, Aneka Gas Industri Tbk, Medan in increasing sales volume. The method used to find out how the company is able to increase sales volume is by analyzing the marketing mix strategy or often known as the 4P of marketing, namely: "product (product), price (price), place (place) and promotion (promotion).)". For data collection, qualitative descriptive or using primary and secondary data sources through in-depth interviews, data collection and exploration

Keyword: *marketing strategy, sales volume, marketing mix*

PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan suatu aktivitas dan proses dalam menciptakan, mengkomunikasikan atau memperkenalkan produk kepada khayalakyat luas dengan mengadakan pertukaran nilai harga atau sistem tawaran harga kepada klien, masyarakat atau pelanggan. Strategi pemasaran merupakan strategi yang sering dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk memperkenalkan barang atau jasa dan memenangkan persaingan pasar secara berkesinambungan. Dengan menerapkan strategi pemasaran maka perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan produk perusahaan. Strategi pemasaran ini merupakan hal terpenting dalam sebuah perusahaan termasuk pada PT. Aneka Gas Industri, Medan, melalui strategi ini PT. Aneka Gas Industri dapat memperkenalkan produk perusahaannya dan meningkatkan volume penjualan perusahaan, selain itu juga pentingnya strategi pemasaran ini dapat memberi keuntungan pada PT. Aneka Gas Industri, Medan melalui promosi produk sehingga memperluas jaringan penjualan dalam pasaran saat ini. Satu cara untuk memperoleh lebih banyak pelanggan untuk meningkatkan volume penjualan adalah dengan mempromosikan barang pada dunia maya, atau melalui media lainnya dan merekomendasikan produk melalui pelanggan, atau biasa dikenal dengan bauran pemasaran (marketing mix) atau 4p yaitu: product (produk), price (harga), place (tempat), promotion (promosi), melalui ke empat strategi ini PT. Aneka Gas Industri, Medan dapat memperluas pelanggan dan meningkatkan hasil penjualan.

Dapat dilihat penjualan pada PT. Aneka Gas Industri sempat mengalami penurunan penjualan pada tahun 2020. Walau hanya mengalami penurunan yang tidak terlalu besar namun hal ini sangat berdampak bagi perusahaan terutama bagi keuangan perusahaan, melalui bauran pemasaran PT. Aneka Gas Industri dapat memperbaiki dan lebih teliti lagi dalam memasarkan produknya agar volume penjualan tetap stabil atau bahkan mengalami

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 hal 2022 280-286

kenaikan.

KAJIAN TEORI

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan fungsi penting dalam mengembangkan strategi pemasaran, melalui alat dari ekonomi serta keunggulan dalam menganalisis konteks industri dimana perusahaan beroperasi. Adapun tujuan dari manajemen pemasaran ini ialah untuk mengetahui seberapa unggul perusahaan dalam melakukan pemasaran dan meningkatkan penjualan. Manajemen pemasaran juga berfungsi sebagai alat dimana perusahaan mampu bersaing dalam era pemasaran saat ini. Perusahaan juga dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Definisi lain dari manajemen pemasaran menurut Kotler dan Keller (2014:16) yaitu manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, memperthankan serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang umum

Pemasaran

Pemasaran adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk memperkenalkan menyampaikan atau mempertukarkan harga kepada masyarakat, klien mitra bisnis serta kepada pelanggan. Dengan memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga menjadi dan bertumbuh didalam khayalayang yang luas, pemasaran memiliki peranan yang sangat penting bagi perusahaan termasuk juga pada PT. Aneka Gas Industri Tbk, Medan. Dengan melalui pemasaran ini PT. Aneka Gas Industri, Medan mampu mengetahui bagaimana cara menari daya tarik masyarakat agar puas dengan produk yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga mampu meningkatkan jumlah pelanggan dan meningkatkan penjualan perusahaan dipasaran, namun ada juga kendala yang harus dihadapi pemasaran perusahaan dalam memperkenalkan produk seperti munculnya perusahaan yang berkembang dan menghasilkan produk yang sama dengan berbagai strategi dan bahkan memberi harga yang cukup lebih murah dibandingkan dengan harga yang telah ditetapkan oleh PT. Aneka Gas Industri Tbk, Medan. Oleh karena itu perusahaan juga harus bisa mampu bersaing dengan menerapkan strategi pemasaran yang kuat dan cukup menarik, dengan menawarkan berbagai produk atau bahkan harus siap untuk memberi berbagai promosi harga yang cukup dapat dijangkau oleh masyarakat dan perusahaan lain yang membutuhkan produk perusahaan.

Bauran Pemasaran (marketing mix)

Bauran pasaran merupakan sebuah alat klasik untuk membantu pemasaran dalam menawarkan harga kepada pelanggan, selainitu juga bauran pemasaran juga sebuah sarana dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, klien dan masyarakat. Bauran pemasaran banyak diterapkan oleh perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia termasuk juga pada PT. Aneka Gas Industri Tbk, Medan menerapkan bauran pemasaran ini untuk meningkatkan nilai jual dipasar serta memperkenalkan produk kepada khayalak luas. Dengan menerapkan bauran pemasaran ini PT. Aneka Gas Industri Tbk, Medan dapat memberi keuntungan dan manfaat yang baik melalui bauran pemasaran yaitu merupakan strategi yang sederhana untuk menyambungkan kegiatan pemasaran menjadi satu, sehingga pemasaran yang dilakukan oleh PT. Aneka Gas Industri, Medan lebih mudah untuk dikelola dan di lakukan. Bauran pemasaran juga sangat menguntungkan bagi analisis keuangan perusahaan, bagaimana peningkatkan dan penurunan biaya dan pendapatan sesuai dengan situasi yang terjadi dipasaran. Namun dibalik manfaat bauran pemasaran ini ada juga kekurangan dalam bauran

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 hal 2022 280-286

pemasaran seperti lebih mengarah kepada factor internal pada bisnis hal ini mengakibatkan tidak adanya pertimbangan terhadap konsumen.

Volume Penjualan

Volume penjualan atau sama dengann total jumlah penjualan merupaka sebuah alat ukur bagi perusahaan yang dapat menunjukkan seberapa tinggi dan besar jumlah baran atau jasa yang telah terjual dalam pasaran. Untuk mendapatkan keuntungan dalam meningkatkan volume penjualan melakukan promosi atau pengenalan produk kepada konsumen sehingga banyak dikenal oleh konsumen lainnya. Faktor yang mempengaruhi volume penjualan adalah produk, harga, promosi dan tempat pendistribusian, faktor harga merupakan hal yang paling penting ddalam meningkatkan volume penjualan pada perusahaan, dengan memberikan tawaran harga yang sesuai dengan kebutuhan konsumen sehiingga daya tarik perusahaan dapat memuaskan konsumen. Selain itu juga dengan memilihnya tempat yang dapat dijangkau dan mudah untuk di kenal oleh konsumen dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan serta peningkatan penjualan bagi perusahaan.

METEDOLOGI PENELITIAN

Jenis pendekatan penelittian yang dilakukan dalam penelittian ini adalah deskriptif kualitatif, melalui satu ide yang dikembangkan kemudian didefenisikan menjadi suatu teori didalam topic yang memaparkan suatu pandangan gambar dalam perilaku kelompok maupun individu. Dengan adanya pendekatan penelitian ini peneliti lebih mudah untuk menganalisis penelitian pada perusahaan dan memperoleh data lebih data lebih muudah dan relevan. Pada penelitian kualitatif tidak mengenal adanya populasi dan sampel, namun penelitian kualitatif ini memberi subjek informasi yang diperlukan peneliti selama melakukan penelitian. Informan adalah sebuah sumber yang memberikan informasi tentang perusahaan dan kemajuan perusahaan, melalui informan ini peneliti melakukan wawancara secara mendalam dan secara langsung kepada spv marketing, sales marketing, karyawan, supir dan pelanggan yang mengambil produk secara langsung ke PT. Aneka Gas Industri Tbk, Medan. Menurut (Djarwanto, 1994: 420) populasi adalah jumlah keseluruhan dari satuan-satuan atau individu-individu yang karakteristiknya hendak diteliti. Dan satuan-satuan tersebut dinamakan unit analisis, dan dapat berupa orang-orang, isntusi-instusi, benda-benda dan lain sebagainya. Adapun jenis data yang diambil dalam penelittian ini adalah melalui data primer dan data sekunder, data primer lebih bertuju kepada bagaimana metode obsevarsi tempat dan melaukan wawancara lebih dalam secara langsung terhadap pihak-pihak yang terkait. Sedangkan data sekunder lebih berpacu kepada pengumpulan data atau dokumentasi baik secara langsung ke perusahaan maupun secara tidak langsung dan melalui studi puustaka. Teknik pengumpulan data adalah bagaimana cara peneliti dalam mendapatkan sumber data yang akan diteliti sesuai dengan judul penelitian yang telah ditentukan, menurut Riduwan (2010), teknik pengumpulan data adalah cara atau teknik yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data ini berdasarkan: Informasi yang diperoleh dengan cara langsung melalui objek yang akan diteliti, data primer dilakukan sesuai dengan instrument: Observasi adalah teknik yang melakukan penelitian secara langsung terhadap tempat atau perusahaan yang akan diteliti, secara sistemati peneliti dapat mengamati secara langsung dan mencatat hal yang terjadi pada keadaan perusahaan. Wawancara adalah sebuah percakapan dengan memberi pertanyaan kemudia mencatat jawaban dari setiap pertanyaan yang diberikan kepada responden, dari jawaban tersebut pewawancara dapat menarik kesimpulan secara garis besar dan menghasilkan sebuah ide pokok yang dapat dikembangkan kedalam hasil penelitian. Menurut Sugiyono (2017,194)

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 hal 2022 280-286

wawancara digunakan sebagai teknik dalam dokumentasi data dan menemukan

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Produk Dan Layanan PT. Aneka Gas Industri Tbk, Medan

PT. aneka gas industry tbk, Medan merupakan perusahaan gas industri besar di Indonesia. PT. Aneka Gas Industri menjalankan empat jenis usaha yaitu: produksi gas industri, penjualan gas industri, penjualan perlengkapan gas industri dan instalasi perlengkapan gas industri. Bisnis utama AGII adalah memasok gas industri seperti “gas udara (oksigen, nitrogen dan argon) selain itu juga AGII juga memproduksi gas non-udara lainnya seperti gas sintesis (H₂,CO₂, C₂H₂,C₂H₄O N₂O dan SO₂), gas langka (He, Ne, Xe, Kr), bahan bakar gas (C₃H₈, natural gas), gas special (SF₆, NH₃, Gas Sterilisasi) dan gas campuran (CNG Mixed Gas, Environmental Calibration Gas Dan Engine Exhaust Emission)”. Produk PT AGII disalurkan melalui on-site plants, pipelines dan juga tabung gas silinder ke berbagai pelanggan di Indonesia. AGII memiliki pangsa pasar sebesar “37,7% atau menduduki peringkat pertama dari lima besar produsen gas industri yang ada di Indonesia (berdasarkan Gasworld Business Intelligence per tahun 2019)”. AGII juga memiliki banyak keunggulan dalam pemasaran, pada pangsa pasar dalam medis AGII memegang sekitar 70% sampai 80 % pasar medis di Indonesia.

Strategi Bauran Pemasaran Atau Marketing Mix

Dalam sebuah perusahaan pasti memiliki strategi untuk memperkenalkan produknya ke pasaran, dengan cara menggunakan media internet, melakukan promosi barang atau produk ke pasaran dan lain sebagainya begitu juga PT AGII dalam memperkenalkan produknya ke pasaran pasti memiliki strategi untuk meningkatkan volume penjualan. Untuk menganalisis dan mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh PT. Aneka Gas Industri konsep yang digunakan adalah teori 4p (bauran pemasaran) yaitu: “product (produk), price (harga), place (tempat) dan promotion (promosi)”. Bauran pemasaran adalah alat klasik untuk membantu merencanakan apa yang ditawarkan dan cara menawarkannya, selain itu juga bauran pemasaran adalah strategi dalam pemasaran yang hanya bertujuan untuk meningkatkan nilai hasil jual pada perusahaan. Sebutan bauran pemasaran digunakan pertama kali oleh Neil Borden yang terinspirasi dari gagasan James Cullington. Gagasannya adalah “bahwa seorang

eksekutif bisnis berperan sebagai mixer of ingredients. Borden menyusun daftar bauran pemasaran yang terdiri dari 12 aspek”. Adapun strategi yang digunakan PT. Aneka Gas Industri Tbk, Medan adalah dengan cara: analisis product (produk) Produk seringkali dikembangkan berdasarkan keperluan dan keinginan pelanggan, yang didapat melalui penelitian pasar. Perusahaan mengendalikan sebagian besar keputusan produk dari konsep hingga produksi. Oleh karena itu PT. Aneka gas Industri tidak hanya memproduksi produk gas industri seperti gas udara, tetapi PT. Aneka Gas Industri juga memproduksi gas non-udara untuk memenuhi permintaan konsumen di pasaran. PT. Aneka Gas juga menyediakan produk perlengkapan gas industri dan instalasi perlengkapan gas industri. PT. Aneka Gas Industri juga menjual berbagai gas industri seperti gas udara (oksigen, nitrogen dan argon), selain itu juga produk gas industri “non-udara lainnya seperti gas sintesis (H₂,CO₂, C₂H₂,C₂H₄O N₂O dan SO₂), gas langka (He, Ne, Xe, Kr), bahan bakar gas (C₃H₈, natural gas), gas special (SF₆, NH₃, Gas Sterilisasi) dan gas campuran (CNG Mixed Gas, Environmental Calibration Gas Dan Engine Exhaust Emission)”.
analisis price (harga)

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 hal 2022 280-286

Selain strategi produk PT. Aneka Gas Industri Tbk, Medan juga menggunakan strategi penetapan harga. PT AGII Medan melakukan penetapan harga melalui nilai jual dan membandingkan harga produk yang akan dijual kepada konsumen ke perusahaan AGII lainnya. Jika harga nilai jual AGII lain lebih tinggi maka PT AGII Medan melakukan penetapan harga yang sesuai dalam pasaran, PT AGII Medan juga melakukan kombinasi melalui kesediaan pelanggan dalam menerima tawaran harga yang diberikan kepada konsumen maupun pelanggan oleh karena itu pentingnya memiliki pelanggan dalam sehubungan penetapan harga yang akan dijual. PT AGII Medan juga melakukan konsep penetapan harga yang berkembang dalam digital dari mulai penetapan harga yang standar hingga penetapan harga yang dinamis, penetapan harga dinamis yaitu penetapan harga fleksibel berdasarkan permintaan pasar dan penggunaan kapasitas. bukan hal baru lagi bagi perusahaan industri seperti PT AGII Medan. Analisis place (tempat) Dalam upaya untuk meningkatkan volume penjualan di PT AGII Medan, menentukan produknya dimana akan didistribusikan bertujuan untuk mudah diakses oleh pelanggan, produk-produk PT AGII Medan memiliki aplikasi yang luas dipangsa pemasaran sehingga PT AGII Medan mampu melayani kebutuhan industri diantaranya adalah medis, metalurgi energy, infrastruktur dan barang konsumsi. Analisis promotion (promosi) Selain dengan metode iklan PT AGII Medan juga melakukan metode hubungan masyarakat, dengan cara menawarkan produk ke perusahaan atau kepada konsumen yang mengambil produk secara langsung ke PT AGII Medan. PT AGII Medan juga mengenalkan produk ke medis saat melakukan penagihan, melalui metode ini produk akan lebih cepat untuk dikenal oleh masyarakat, kemudian PT AGII Medan juga melakukan metode promosi penjualan dengan cara mempromosikan produk-produk baru PT AGII Medan baik dalam masyarakat luas maupun pelanggan.

Faktor-Faktor Internal Dan Eksternal PT. Aneka Gas Industri Tbk,

Medan Faktor Internal Kekuatan (strength) Memiliki legalitas PT. Aneka Gas Industri Tbk, Medan telah memiliki surat-surat data legalitas perusahaan dan pembangunan dari pemerintah, sehingga PT. Aneka Gas Industri Tbk merupakan suatu perusahaan yang terjamin. Jaringan penjualan produk PT. Aneka Gas Industri Tbk, Medan merupakan suatu perusahaan besar di Indonesia yang telah memiliki jaringan yang luas, sehingga banyak oleh khalayak besar. Harga yang terjangkau PT AGII Medan menawarkan produknya dengan harga yang dapat dijangkau dan memiliki cara tersendiri dalam menawarkan harga kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan PT AGII Medan memiliki cara sendiri dalam memenuhi kepuasan pelanggannya, selain dapat mengambil gas secara langsung ke perusahaan, PT AGII Medan juga melakukan pengantaran barang kepada pelanggan ataupun kepada konsumennya dengan pengantaran yang cepat dan dengan keadaan produk yang masih dalam keadaan baik. Kemudahan dalam Membayar Selain melakukan pembayaran secara langsung ke perusahaan, PT. Aneka Gas Industri juga menyediakan pembayaran via transfer, sehingga memudahkan pelanggan melakukan transaksi walau berada di luar kota. Manajemen berskala besar PT. Aneka Gas Industri Memiliki manajemen yang sangat besar. Hal ini dapat dilihat dari cara kerja karyawan yang merangkap untuk divisi lainnya. Memiliki target jual yang jelas PT. Aneka Gas Industri Tbk, Medan memiliki target jual yang luas tidak hanya melakukan target penjualan pada satu perusahaan tetapi melakukan target ke berbagai perusahaan, baik rumah sakit dan lain sebagainya. Kelemahan (weakness) Lokasi Kurang Strategis Lokasi pada PT. Aneka Gas Industri, Tbk, Medan masih kurang strategis karena dekatnya dengan perusahaan yang memproduksi udang

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi),

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 hal 2022 280-286

membuat hasil limbah pembuangan produksi udang tersebut terkena ke lingkungan PT. Aneka Gas Industri Tbk, Medan. Kurangnya SDM Pada Bagian Marketing Untuk saat ini PT. Aneka Gas Industri, Tbk, Medan masih kekurangan dalam bagian pemasaran, hal ini menyebabkan proses penagihan serta promosi produk sangat bergerak lambat. Faktro Eksternal Tingkat Penjualan PT. Aneka Gas Industri Tbk, Medan Selama pandemi covid-19 penjualan pada perusahaan AGII Medan mengalami kenaikan dan penurunan penjualan dalam pemasaran, pada tahun 2020 PT. Aneka Gas Industri Tbk, Medan mengalami penurunan penjualan dibandingkan di tahun sebelumnya. banyaknya tantangan bisnis di era covid-19 ini inventarisasi degradasi manifestasi keuangan hingga tiga bulan berturut-turut III/2020, berdasarkan laporan keuangan perseroan PT AGII mencatat perbaikan terhadap pos penjualan, yaitu “turun 2,5% secara year-on-year (yoy) menjadi Rp 1,57 triliun hingga tiga bulan berturut-turut III/2020 dibandingkan dengan Rp 1,61 triliun dengan perolehan pada triwulan III/2019”. Penjualan terdiri atas penjualan produk gas sebesar Rp 1,42 triliun dan penjualan jasa serta peralatan sebesar 153,12 miliar.

Penurunan penjualan ini justru berdampak bengkak pada beban pokok penjualan AGII sebesar 903,14 miliar dibandingkan dengan tahun sebelumnya sebesar 891,1 miliar. Secara yoy kuartal III/2019 mencatat laba bersih sebesar 73,46 miliar, namun pada kuartal III/2020 terkoreksi cukup dalam sebesar 59,8% menjadi sebesar 29,52 miliar. Dari perbandingan kuartal III/2020 dengan kuartal III/2019 sangat menurun drastis, namun tercatat total liabilitas jangka pendek sebesar 1,6 triliun dan utang jangka panjang sebesar 2,19 triliun, selain itu total liabilitas per 30 september 2020 dibandingkan dengan per 31 desember 2019, mencatatkan kenaikan sedikit tinggi per 30 september 2020 dibandingkan dengan per 31 desember 2019. Total kas dan setara kas perseroan per akhir September 2020 sebesar 394,11 miliar Pangsa Pasar Pada tahun 2021 permintaan gas semakin naik akibat dampak covid-19, terutama pada dunia medis, hal ini menjadi kesempatan yang besar bagi perusahaan untuk mengembangkan penjualan dibandingkan tahun sebelumnya. Saat ini PT AGII memperkuat bisnis disektor tersebut, mengutip dari catatan desember tahun 2021 lalu saat ini AGII memiliki pangsa yang cukup besar sekitar 75%-80% disektor gas medis di Indonesia. Ancaman (threats) Munculnya pesaing sejenis dengan menawarkan harga jual jauh lebih murah membuat PT. Aneka Gas Industri Tbk, Medan untuk selalu melakukan pertahanan harga atau dengan cara promosi. Daya Beli Konsumen Yang Menurun Seperti yang kita ketahui zaman sekarang ini harga semakin hari akan semakin naik hal ini berdampak pada penjualan perusahaan sehingga penjualan perusahaan mengalami pengurangan permintaan atau bahkan penurunan permintaan produk. Naiknya Harga Gas Industri Semakin naik harga maka semakin besar ancaman bagi perusahaan dalam memasarkan produknya dengan naiknya harga produk maka perusahaan akan melakukan perubahan harga dengan adanya perubahan harga ini menjadi ancaman besar bagi perusahaan dimana pelanggan yang terbiasa dengan harga jual yang biasa dipasaran akan complain saat harga dipasaran biasanya berubah

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil analisis penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan dari hasil analisis penelitian ini yaitu: Strategi yang diterapkan oleh PT. Aneka Gas Industri, Medan agar mampu mempertahankan volume penjualannya adalah dengan cara melakukan promosi, perbedaan harga, dan melalui saluran media lainnya, agar produk dan perusahaan dikenal oleh khalayak, sehingga mampu meningkatkan jumlah pelanggan

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 hal 2022 280-286

dalam pasar. Strategi yang diterapkan oleh PT. Aneka Gas Industri, Medan sudah efektif melalui penerapan strategi pemasaran AGII menggunakan 4p atau bauran pemasaran (marketing mix) sebagai berikut: Strategi Produk, Strategi Harga, Strategi Tempat, Analisis promosi. Sesuai kesimpulan diatas peneliti ingin menyampaikan masukan kepada perusahaan PT. AGII, Medan Perusahaan harus lebih memperluas promosi bukan hanya promosi pada media internet saja namun juga menggunakan promosi melalui dunia percetakan seperti Koran, dan dunia digital seperti televisi dan radio Perusahaan lebih meningkatkan SDM dalam marketing agar visit pekerjaan yang dikerjakan tidak tertunda Perusahaan harus berani memberi harga yang cukup murah bagi kalangan masyarakat, agar konsumen tetap puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh PT. Aneka Gas Industri Tbk, Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip. 2005. prinsip-prinsip pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2000. Consumer Behavior. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 2. Edisi 4. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. 1997. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ibrahim. 2015. Metode Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial. Jakarta: Salemba Humanika.
- Assauri, S. (2007). Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi. Jakarta: PT Rajagrafinda