

ANALISIS STRATEGI MARKETING MIX DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO AZR BANGUNAN PASAMAN BARAT DALAM PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH

Adiman¹, Andis Febrian²

^{1,2}Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

adiman6666@gmail.com¹, andisfebrian968@gmail.com²

Abstract: *AZR Gedung Shop is a shop that operates in the building materials sector in West Pasaman which aims to meet the needs of the community in the field of building materials. This research was motivated by several problems including stores experiencing sales fluctuations, high levels of competition, lack of promotional media and incomplete availability of building material products at AZR Gedung stores. Marketing mix strategy is a combination of four elements, namely product, price, place and promotion, which are used to achieve marketing goals. This research uses a qualitative descriptive method with data collection techniques through interviews, observation and documentation. The results of the research show that the implementation of the marketing mix strategy at the AZR Gedung Store has been carried out: (1) Dare to Compete Between Competitors, (2) Appropriate Market Segmentation, (3) Product Completeness, (4) Carrying out Business Evaluation on an ongoing basis to Increase Sales. This research contributes to providing a marketing strategy that will increase sales at the AZR Gedung West Pasaman Store by implementing Sharia Principles.*

Keywords: *Marketing Mix, Sales, Sharia Business Perspective.*

Abstrak: Toko AZR Bangunan Merupakan Toko yang bergerak di bidang bahan bangunan di Pasaman Barat yang mana bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di bidang material bangunan. Penelitian ini dilatar belakangi oleh beberapa masalah diantaranya Toko Mengalami Fluktuasi penjualan, Tingginya tingkat Persaingan, Kurangnya Media Promosi dan Tidak lengkapnya ketersediaan Produk bahan bangunan pada Toko AZR Bangunan. Strategi Marketing mix merupakan kombinasi dari empat elemen, yaitu *Product, Price, Place, dan Promotion*, yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menjelaskan bahwa penerapan strategi marketing mix di Toko AZR Bangunan telah dilakukan adalah (1) Berani Bersaing Antar Kompetitor, (2) Segmentasi Pasar yang tepat, (3) Kelengkapan Produk, (4) Melakukan evaluasi Usaha secara Berkelanjutan untuk Meningkatkan Penjualan. Penelitian ini berkontribusi untuk memberikan strategi pemasaran yang akan dapat meningkatkan penjualan pada Toko AZR Bangunan Pasaman Barat dengan Menerapkan Prinsip-Prinsip Syariah.

Kata Kunci: Marketing Mix, Penjualan, Perspektif Bisnis Syariah.

I. PENDAHULUAN

Di masa modern ini, bumi bidang usaha terus menjadi bertumbuh serta kompetisi akan sedemikian itu kencang. Buat penuhi keinginan serta kemauan pelanggan atas cara maksimal, industri menginginkan alat advertensi akan pas buat meningkatkan bidang usaha mereka. Berbagai strategi dimana pelanggan memiliki berbagai keinginan penjualan didesain buat penuhi keinginan serta kemauan pelanggan, tidak hanya itu bisa bertahan serta memenangkan persaingan.

Kemajuan pasar Atas kemajuan pasar akan terus menjadi bersaing serta bermacam-macam, amat berarti buat memakai strategi penjualan akan bisa menarik klien buat memilah serta terikat atas benda serta pelayanan akan kita tawarkan. Bidang usaha akan bagus wajib mempunyai tujuan akan efisien serta berdaya guna dan gampang menyesuaikan diri pada cara. Atas tutur lain, cara bidang usaha ini berpusat pada jumlah serta mutu produk akan diperoleh, memakai pangkal energi akan minimum, serta bisa dicocokkan atas keinginan serta pasar. minimum dalam memakai pangkal energi serta bisa menyesuaikan diri cocok atas keinginan bidang usaha serta pasar.

Strategi Strategi bauran penjualan, diucap pula atas "marketing mix", yakni konsep akan membuat cerminan gimana bermacam wujud kegiatan ataupun aktivitas program penjualan industri berpotensi pengaruhi permohonan produk ataupun lini produknya di pasar target khusus. Ilustrasi kegiatan penjualan akan bisa pengaruhi permohonan produk tercantum mengganti harga, mengganti kampanye promosi, membuat advertensi spesial, memilah rute penyaluran, serta akan lain, memodifikasi promosi, advertensi spesial, memastikan opsi saluran penyaluran, serta serupanya.

Gerai AZR Gedung ialah gerai akan beranjak di aspek pemasaran Material materi gedung akan terdapat di Kenagarian Aia Gadang, Kecamatan Pasaman, Kabupaten Pasaman Barat. Sepanjang melaksanakan upaya pemasaran materi gedung Gerai AZR Gedung hadapi instabilitas ialah pergantian jumlah omzet pemasaran dari tahun 2019 ke tahun 2023. Atas terdapat strategi advertensi mengarahkan klien buat mengidentifikasi kehadiran Gerai AZR Gedung selaku upaya akan menjual materi gedung alhasil klien mengenali mengenai produk akan dijual. Dalam bagan membuat uraian akan lebih menyeluruh hal informasi akan sudah digabungkan, selanjutnya ini dihadirkan dalam wujud Table buat memandang analogi pemasaran Gerai AZR Gedung dari tiap Tahunnya selaku berikut:

Tabel 1.1 Penjualan Toko AZR Bangunan Tahun 2019-2023

Tahun	Penjualan	Selisih	Persentase (%)
2019	425.145.000	-	0,00%
2020	531.723.000	106.578.000	20,04%
2021	528.630.000	-3.093.000	-0,59%
2022	584.432.0 00	55.802.000	9,55%
2023	668.700.000	84.268.000	12,60%

Sumber: Toko AZR Bangunan, Pasaman Barat

Dari table 1. 1 diatas bisa nampak kalau omzet pemasaran Gerai AZR Gedung hadapi instabilitas pada pemasaran pada tahun 2019- 2023. Pada tahun 2019 mengalami penyusutan karna covid 19, serta pada tahun 2021- 2023 mengalami ekskalasi akan penting kepada omset pemasaran. Situasi ini terjalin sebab banyak perihal akan bisa mempengaruhi ketetapan konsumen klien, semacam memilah buat membeli benda di gerai saingan ataupun menghapuskan pembelian. Salah satu alibi kenapa jumlah asumsi sedangkan periset bertambah yakni sebab jumlah produk akan bisa dibeli di gerai serta keinginan akan sesungguhnya dari produk itu. Oleh sebab itu, riset ini wajib dicoba buat mengenali lebih lanjut mengenai opsi pembelian pelanggan serta warga. hingga dari itu Gerai AZR Gedung wajib melindungi kepatuhan Klien serta wajib mencermati para kompetitor akan terdapat, bagus itu kompetitor akan lama ataupun akan terkini akan hendak mejadi kompititor akan dapat mematikan posisi Gerai AZR Gedung.

Bersumber pada informasi akan terdapat Gerai AZR Gedung memiliki 4 kompetitor di Nagari Aia Gadang Gerai SBR Gedung, Gerai Olga Gedung, Gerai Asli Gedung serta Gerai aida berhasil Gedung. Keempat kompetitor informasi akan terdapat, mereka memiliki kelebihan tiap- tiap dalam atensi beli pelanggan paling- paling. Dalam kondisi ini, Gerai AZR Gedung selaku salah satu pemeran di pasar materi gedung Pasaman Barat pula mengalami beberapa hambatan. Minimnya alat advertensi akan efisien jadi salah satu aspek akan membatasi perkembangan pemasaran. Minimnya alat advertensi jadi hambatan penting buat Gerai AZR Gedung dalam tingkatan visibilitasnya di pasar.

Sepanjang melaksanakan aktivitas sudah dikerjakannya tanya jawab oleh Sebuatan pelanggan Gerai AZR Gedung ialah Pak Herman, Ibuk Istri raja, Ibuk Nova serta Ayah Doni

berkata kalau Ketersediaan Produk pada materi gedung tidak memenuhi keinginan pelanggan akan diperlukan alhasil terbentuknya pancaroba pembelian materi gedung ke gerai lain Dan bisa kurangi atensi pelanggan. Minimnya produk jadi salah satu hambatan akan dialami oleh Gerai AZR Gedung. Situasi ini bisa menimbulkan ketidakpuasan klien, sebab mereka tidak bisa menciptakan seluruh benda akan mereka butuhkan. Akhirnya, klien bisa jadi hendak berpindah ke gerai lain akan sediakan produk akan lebih komplit, alhasil berpotensi kurangi jumlah pemasaran serta pangsa pasar

II. KAJIAN PUSTAKA

Startegi Marketing

Bersumber pada opini para pakar salah satunya Kotler serta Amstrong, Penafsiran Strategi Penjualan yakni sesuatu akal sehat penjualan di mana buatan bidang usaha menginginkan buat menghasilkan angka dan memperoleh profit dari interaksinya atas pelanggan..

pada biasanya Marketing Mix mempunyai tujuan buat menggapai kebahagiaan klien. Terdapat sebuatan Rancangan Strategi Penjualan:

a. Pembuatan Pasar

Seiap Pelanggan atau klien pasi mempunyai keinginan serta kemauan akan berbeda- beda. Industri wajib melaksanakan pengenalan pasar akan memiliki watak heterogen jadi satua- satunya pasar akan bertabiat homogeny.

b. Market Positioning

Tidak terdapat bidang usaha akan bisa memahami semua pasar, jadi bidang usaha wajib memakai bermacam strategi khusus buat memperoleh tempat akan kokoh dalam pasar, ialah memilah pembuatan pasar akan amat profitabel.

c. Market Entry Strategy

Market entry Strategy Ini yakni siasat industri buat bisa merambah buatan pasar khusus. Sebuatan tata cara akan lazim dicoba yakni Mengakuisisi Industri Lain, Kemajuan Dalam, serta Kerja sama Atas Industri Lain.

d. Marketing Mix Strategy

Marketing Mix ialah sekumpulan elastis akan sudah digunakan oleh industri buat mempengaruhi jawaban pelanggan. Sebuatan elastis itu mencakup Product, Price, Place, serta Promotion.

e. Timing Strategy

Penentuan durasi dalam melakukan penjualan pula amat genting buat dicermati. Industri butuh melaksanakan bermacam perencanaan akan matang di zona penciptaan, serta memastikan durasi akan cocok buat megedarkan produk ke pasar.

Penjualan

Opini Abdullah dalam daya muat pemasaran terdapat sebuatan aspek akan pengaruhi aktivitas pemasaran yakni jumlah pemasaran akan hendak digapai oleh suatu industri dalam sesuatu waktu durasi akan sudah didetetapkan. Faktor- faktor akan memepengaruhi pemasaran ialah:

1. Produsen

Pihak produsen mempengaruhi kepada pemasaran ialah dalam memproduksi benda serta memutuskan harga di antara lain terdiri dari bayaran materi dasar, bayaran daya kegiatan, serta harga..

2. Konsumen

Pihak pelanggan bisa pengaruhi pemasaran ialah sebab keadaan selaku selanjutnya:

a. Energi beli mempengaruhi pemasaran, sebab kala energi beli pelanggan meningkat, hingga pemasaran pula meningkat. Tetapi, kenaikan energi beli hendak mendesak industri buat meningkatkan harga beberapa barang produksinya sebab pekerja industri memohon ekskalasi pendapatan. Di buatan lain, bila energi beli pelanggan menurun, hingga pemasaran hendak menyusut. Perihal ini diakibatkan oleh kenyataan kalau harga tidak cocok atas bayaran akan sudah dikeluarkan oleh industri.

b. Selera

Hasrat pelanggan akan beralih bentuk bisa berakibat pada pemasaran sebab bila pelanggan hadapi pergantian, terdapat mungkin mereka hendak berpindah ke produk lain akan menyebabkan pemasaran menyusut.

Physical evidence (fakta raga) Fakta raga ialah wujud jelas akan dipunyai oleh penyediaan pelayanan selaku salah satu angka imbuh akan tertuju pada pelanggan,

klien ataupun calon klien. Fakta raga ini bisa dibuktikan atas terdapatnya tujuan kantor akan jelas

III. METODE PENELITIAN

a. Tipe penelitian

Dalam riset ini memakai tata cara kualitatif akan ialah tata cara riset akan berdasarkan pada filosofi postpositivisme, digunakan buat mempelajari dalam situasi subjek akan bertabiat natural. Tata cara riset ini diucap pula tata cara berseni, di karenakan di dalam cara riset bertabiat ini lebih bertabiat inovatif serta dibilang pula selaku tata cara pengartian sebab informasi akan diperoleh dalam riset berhubungan atas pengartian kepada informasi akan ditemui di alun- alun.

b. Tempat serta Durasi Penelitian

Riset ini dicoba di Gerai AZR Gedung akan terdapat di kenagarian Aia Gadang, Kec Pasaman, Kab. Pasaman Barat. Penyusunan ini di laksanakan pada bulan Mei 2024 hingga atas Bulan Desember 2024.

c. Tipe serta Pangkal Data

1. Informasi Primer

Informasi pokok ialah informasi riset akan diolah dan didapat langsung dari sumbernya atas melaksanakan pengukuran dalam wujud pemantauan serta tanya jawab. Informasi didapat dari Gerai AZR Gedung Pasaman Barat.

2. Informasi Sekunder

Informasi Inferior yakni tipe pangkal informasi akan tidak langsung membuat informasi pada pengumpul, ilustrasinya lewat orang lain ataupun lewat akta. Jenis informasi ini didapat pengarang dari dokumen- dokumen upaya, Harian, web website, ataupun Riset Lebih dahulu akan membuat data hal permasalahan akan berhubungan atas penelitian.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa SWOT bisa dipakai buat menguasai serta menarangkan aspek dalam serta eksternal akan pengaruhi upaya Gerai AZR Gedung. Analisa ini melingkupi daya, kelemahan,

bahaya, serta kesempatan akan dialami oleh gerai. Selanjutnya yakni uraian mendalam hal analisa SWOT Gerai AZR Gedung Pasaman Barat.

1. Matrik SWOT

	Kesempatan (Opportunities) 1) Perkembangan prasarana di Pasaman Barat 2) Digitalisasi serta penjualan online bisa meluaskan pasar 3) Kenaikan pembangunan rumah serta cetak biru perumahan 4) Peluang kerjasama atas kontraktor ataupun developer besar 5) Kesempatan perluasan pasar ke luar Pasaman Barat.	Bahaya (Threats) 1) Kompetisi akan kencang atas gerai materi gedung lain 2) Naik turunya harga materi baku 3) Pergantian peraturan penguasa akan mempengaruhi materi gedung. 4) Pergantian hasrat pelanggan terpaut gaya materi bangunan
Daya (Strengths) 1) Produk materi gedung berkualitas 2) Posisi penting di Pasaman Barat 3) Nama baik gerai akan bagus di warga local. 4) Jasa klien akan ramah	Strategi SO 1) Menggunakan posisi penting buat menjangkau lebih banyak pelanggan. 2) Tingkatkan advertensi digital buat meluaskan pasar 3) Menggunakan nama baik gerai buat menjalankan kerjasama atas kontraktor	Strategi ST 1) Menjaga mutu produk walaupun mengalami kompetisi akan ketat 2) Membuatkan harga akan bisa bersaing atas senantiasanya mengutamakan mutu produk

serta professional 5) Jaringan pemasok akan besar.	ataupun cetak biru pembangunan besar 4) Menawarkan produk akan relevan atas cetak biru pembangunan prasarana di Pasaman Barat	3) Membuat advertensi spesial buat melainkan produk dari pesaing 4) Memaksimalkan pemakaian teknologi buat memudahkan pelanggan menjangkau gerai (misalnya atas Google Maps)
Kelemahan (Weaknesses) 1) Ketergantungan pada pemasok local 2) Minimnya penganeekaragaman produk 3) Ketergantungan pada pasar local 4) Keterbatasan teknologi pemasaran	Strategi WO 1) Tingkatkan advertensi atas cara intensif bagus offline ataupun online buat meluaskan capaian pasaR. 2) Merekrut serta melatih daya kegiatan buat tingkatkan kompetensi di aspek operasional serta pemasaran 3) Menggunakan digitalisasi buat menjual produk ke pasar luar Pasaman Barat 4) Kurangi ketergantungan pada pasar lokal atas meluaskan jaringan	Strategi WT 1) Menaikkan perhitungan promosi buat mengoptimalkan advertensi di alat social 2) Menaikkan penganeekaragaman produk buat menjangkau pasar lebih luas 3) Meningkatkan produk akan lebih terjangkau buat bersaing atas harga akan ditawarkan pesaing 4) Menggunakan kerjasama atas agen buat memencet instabilitas

	distribusi	harga materi baku
--	------------	-------------------

Sumber data : penelitian lapangan (data diolah) 2024

2. Analisis Kekuatan dan Kelemahan (Internal Factor Evaluation - IFE)

Tabel 4.1 Hasil Analisis Matriks IFE: Rating: 1 = Sangat Lemah, 2 = Lemah, 3 = Kuat, 4 = Sangat Kuat

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
Posisi strategis	0.15	4	0.60
Produk berkualitas	0.20	3	0.60
Nama baik akan baik	0.15	4	0.60
Layanan klien akan ramah	0.10	3	0.30
Jumlah	0.60		2.10
Kelemahan			
Ketergantungan pada pemasok local	0.10	2	0.20
Minimnya penganekaragaman produk	0.12	2	0.24
Ketergantungan pada pasar local	0.13	2	0.26
Keterbatasan teknologi pemasaran	0.05	2	0.10
Jumlah	0.40		0.8
Total	1.00		2.90

Sumber : penelitian lapangan (Data diolah) 2024

Angka keseluruhan matriks IFE yakni 2.90, akan menandakan kalau Gerai AZR Gedung mempunyai daya dalam akan lumayan bagus, tetapi sedang butuh membenarkan kelemahan-kelemahan khusus, semacam ketergantungan pada agen lokal serta pasar local.

3. Analisis Peluang dan Ancaman (External Factor Evaluation - EFE)

Tabel 4.2 Hasil Analisis Matriks EFE: Rating: 1 = Sangat Tidak Menguntungkan, 2 = Tidak Menguntungkan, 3 = Menguntungkan, 4 = Sangat Menguntungkan

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
Perkembangan prasarana di Pasaman Barat	0.20	4	0.80
Kenaikan pembangunan rumah serta perumahan	0.20	4	0.80
Kesempatan perluasan pasar	0.10	3	0.30
Digitalisasi serta penjualan online	0.15	4	0.60
Jumlah	0.65		2.50
Ancaman			
Kompetisi akan ketat	0.05	2	0.10
Instabilitas harga materi baku	0.10	4	0.40
Pergantian kebijaksanaan pemerintah	0.10	3	0.30
Pergantian hasrat serta keinginan konsumen	0.10	3	0.30
Jumlah	0.35		1.10
Total	1.00		3.60

Sumber : penelitian lapangan (Data diolah) 2024

Penjelasan Matriks EFE:

Angka keseluruhan matriks EFE yakni 3.60, membuktikan kalau Gerai AZR Gedung terletak dalam posisi akan bagus buat dapat menggunakan kesempatan akan terdapat, walaupun pula mengalami sebuatan bahaya dari pesaing serta pergantian eksternal akan lain.

Atas cara totalitas, hasil analisa membuktikan kalau Gerai AZR Gedung mempunyai daya dalam akan lumayan buat mensupport operasionalnya, paling utama dalam mengalami

kesempatan akan terdapat di area eksternal. Tetapi, kelemahan dalam serta bahaya eksternal senantiasa menginginkan atensi spesial. Oleh sebab itu, dianjurkan supaya gerai ini tingkatkan penganekaragaman produk, menggunakan teknologi penjualan digital, meluaskan jaringan agen buat kurangi ketergantungan, dan merumuskan strategi mitigasi resiko kepada instabilitas harga materi dasar serta pergantian kebijaksanaan. Atas langkah- langkah ini, Gerai AZR Gedung diharapkan bisa tingkatkan energi saing serta menggunakan kesempatan akan terdapat atas cara maksimal.

4. Analisis Bobot Skor

Table 4.4 Bobot Skor Pada Matriks SWOT

	(S) kekuatan	(W) Kelemahan
(O) Peluang	Total Skor S-O $2.10+2.50=4.60$	Total Skor W-O $0.8+2.50=3.30$
(T) Ancaman	Total Skor S-T $2.10+1.10=3.20$	Total Skor W-T $0.8+1.10=1.90$

Sumber : Penelitian Lapangan (Data Diolah) 2024

Bersumber pada hasil dari table 4. 4 bisa disimpulkan kalau tingginya kesempatan bisa diamati dari bagan SO. Pengganti strategi pada matriks SWOT serta bagan berat angka hingga bisa diseleksi pengganti akan sesuai buat tingkatkan Pemasaran Gerai AZR Gedung, ialah S-O atas menghasilkan strategi akan memakai daya dalam buat menggunakan kesempatan pada eksternal. Angka pada strategi S- O ialah 4, 60 ialah angka paling tinggi dibanding strategi akan akan lain.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Bersumber pada penemuan dari riset akan sudah dilaksanakan, pengarang bisa merumuskan kalau sehabis melaksanakan analisa kualitatif atas menggunakan perlengkapan analisa SWOT, matriks SWOT, serta berat angka. Perlengkapan analisa ini silih tersambung, atas hasil analisa terakhir lewat berat angka akan membolehkan formulasi kesimpulan kalau strategi penjualan dalam tingkatkan pemasaran. Gerai AZR Gedung Psaman Barat ialah SO

akan mana Gerai wajib mengoptimalkan Daya serta Kesempatan buat mengalami Bahaya akan terdapat, jadi Aplikasi strategi akan dapat dicoba oleh Gerai AZR Gedung yakni: Gerai AZR Gedung bisa tingkatkan pemasaran atas memaksimalkan sebuatan buatan berarti. Produk akan bermutu serta komplit, harga akan bersaing, dan posisi akan penting serta penyaluran online akan bagus hendak menarik lebih banyak klien. Advertensi lewat alat sosial serta kerjasama cetak biru besar bisa tingkatkan visibilitas. Jasa klien akan ramah serta berdaya guna, dan cara pembelian akan gampang, pula tingkatkan kenyamanan pelanggan. Dalam strategi penjualan syari' ah strategi bisnisnya yakni akan membimbing Semua aktivitas di dalam suatu industri melingkupi semua cara, menghasilkan, menawarkan, dan melaksanakan alterasi angka dari sesuatu industri bersumber pada anutan Islam akan cocok atas al- Qur' an serta Hadits.

DAFTAR PUSTAKA

- Fahnel Hafidh, Analisa Strategi Penjualan buat Tingkatkan Pemasaran pada Gerai Sembako di Pekanbaru (Riset Permasalahan Pada Gerai Acin Setiap hari), Harian Pembelajaran Tambusai, 7 (3), 2023
- Febrian Andis, Analisa Strategi Penjualan Paket Darmawisata Dalam Menarik Atensi Pelanggan (Riset Permasalahan Dinas Bonita Umroh Tour And Travel) JEBI: Harian Ekonomi serta Bidang usaha Vol. 2No. 12
- Grace Haque Marissa, Strategi Penjualan, (Tangerang: Pascal Books, 2021), Perihal. 09
- Grace Haque- Fawzi Marissa, Heri Erlangga, dkk, Strategi Penjualan Rancangan, Filosofi Serta Aplikasi, (Tangerang Selatan Pascaal Books 2021) Perihal. 12- 13
- Hardani Serta Dkk, Tata cara Riset Kualitatif& Kuantitatif, (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Tim, 2020), Perihal. 247m
- Bagus Y. Kairupan, Kristian A. Dame, Sistem Data Pemasaran Materi Gedung Berplatform Website Pada Gerai Gedung Sinar Timur, Harian Objektif Realtech, 17 (2), 2021
- Nurjanah, Analisa Kepuasan Pelanggan Dalam Tingkatkan Jasa Pada Upaya Laundry Ibu, Harian Mahasiswa, Vol, 1, (2021), Perihal, 121
- Sugiono, Tata cara Riset Kuantitatif Kualitatif Serta R&D (Bandung: Alfabeta, 2019) Perihal. 95
- Yolanda Felicia Serta Jojok Dwindhotjahjono, Strategi Penjualan Dalam Tingkatkan Pemasaran Pada Antenna Hdf Surabaya, Harian Manajemen Serta Akuntansi, 6 (1), 2020

