

## PENERAPAN STRATEGI PENJUALAN PRODUK UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN YANG BERFOKUS PADA PEMASARAN DAN KUALITAS PRODUK DI PDF ULYA ALBAABA DAWAR

Fitri Noviana<sup>1</sup>, Atyka Resty Wulandari<sup>2</sup>, Siti Marhatus Soleha<sup>3</sup>, Shelly Septiana<sup>4</sup>, Unna  
Ria Safitri<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Boyolali

Email : novianafitri195@gmail.com, atyka221@gmail.com, sitimarhatus119@gmail.com,  
shellyseptiana06@gmail.com, unnaria68@gmail.com

### ABSTRACT

*Socialization activities that focus on marketing both traditionally and modernly where in sales marketing needs to be carried out and the goals of each marketer are different, such as in traditional marketing the goal is to find out environmental conditions and consumer attitudes so that business owners can adjust or mitigate more wisely, promotions carried out in a modern way have the aim of increasing income, can reach wider targets, other goals are also so that in carrying out marketing not too far behind by the development of the times, a business owner also needs to update or understand existing technology. In addition to focusing on marketing and the product sales process by paying close attention to the products that will be bought and sold, the main thing that must be considered in selling is a strategy. When conducting this socialization, we focus more on explaining the strategies we use in making sales, namely the line extension strategy and the repositioning strategy, which apply both new products in a business but the strategy also has differences where in the line extension the new product will not replace the old product, while the repositioning strategy new products will replace the old product. In addition to using strategies effectively, in sales it is also necessary to maintain product quality or remind of product quality, this is very important because by providing good quality products it will help improve a good brand image in many circles of society, so that with this the income in sales will continue to increase, the socialization activities that we do are an attraction for PDF Ulya Albaaba Dawar, because many of the students who participate in this activity and ask a lot about the materials we present.*

**Keywords:** sales strategy, marketing, product quality.

### ABSTRAK

Kegiatan sosialisasi yang berfokus terhadap pemasaran baik secara tradisional maupun modern dimana dalam penjualan perlu dilakukannya pemasaran dan tujuan dari setiap pemasar berbeda-beda seperti pada pemasaran tradisional tujuannya untuk mengetahui kondisi lingkungan dan sikap konsumen sehingga pemilik usaha dapat menyesuaikan atau dapat mitigasi dengan lebih bijak, promosi yang dilakukan dengan cara modern memiliki tujuan untuk meningkatkan pendapatan, dapat menjangkau target yang lebih luas, tujuan lainnya juga agar dalam melakukan pemasaran tidak terlalu tertinggal oleh perkembangan zaman, seorang pemilik usaha juga perlu update atau mengerti terhadap teknologi yang ada. Selain berfokus pada pemasaran dan proses penjualan produk dengan banyak memperhatikan produk-produk yang akan di jual belikan, hal utama yang harus menjadi perhatian dalam berjualan yaitu suatu strategi. Saat melakukan

sosialisasi ini kami lebih berfokus untuk menjelaskan strategi yang kami gunakan dalam melakukan penjualan, yaitu strategi line extension dan strategi repositioning, yang menerapkan sama-sama terdapat produk baru dalam sebuah usaha tetapi strategi tersebut juga memiliki perbedaan dimana dalam line extension produk baru tidak akan menggantikan produk yang lama, sedangkan strategi repositioning produk baru akan menggantikan produk yang lama. Selain menggunakan strategi secara efektif, pada penjualan juga perlu adanya menjaga kualitas dalam produk atau mengingatkan kualitas produk, ini menjadi hal yang sangat penting karena dengan memberikan produk yang berkualitas baik akan membantu meningkatkan citra merek yang baik di banyak kalangan masyarakat, sehingga dengan hal ini pendapatan dalam penjualan akan terus meningkat, kegiatan sosialisasi yang kami lakukan menjadi daya tarik bagi PDF Ulya Albaaba Dawar, karena banyak dari siswa yang mengikuti kegiatan ini dan banyak bertanya mengenai materi-materi yang kita sampaikan.

**Kata kunci:** strategi penjualan, pemasaran, kualitas produk.

## PENDAHULUAN

Untuk memulai sebuah usaha perlu memperhatikan beberapa hal terutama tentang penjualan, pemasaran, target Penjualan dan Kualitas produk yang akan ditawarkan. Seorang wirusaha tentunya perlu memahami tentang penjualan, penjualan biasanya dikenal sebagai kegiatan yang memperjualbelikan barang atau jasa dengan tujuan untuk mendapatkan laba. Kegiatan penjualan dalam perusahaan sangatlah penting, terutama jika ingin memperoleh laba yang tinggi. Kegiatan pembelian dan penjualan melibatkan dua pihak atau lebih dengan menggunakan metode pembayaran yang sah. Ada beberapa cara untuk melakukan penjualan ini, termasuk melalui agen penjualan dan penjualan langsung. Menghasilkan laba dari produk atau barang yang ditawarkan adalah tujuan utama dari penjualan. Tanpa bantuan dari para pelaku yang terlibat dalam melaksanakan penjualan, seperti pedagang, agen, dan tenaga pemasaran, penjualan tidak dapat diselesaikan (Maulana Mustopa, Irfan Junaedi, Anton Zulkarnian Siarnipan, 2021). Penjualan yang efektif tidak hanya bergantung pada strategi penjualan secara tradisional, tetapi juga dapat memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan visibilitas dan kesadaran pelanggan. Pemasaran digital adalah strategi pemasaran yang mendistribusikan dan mempromosikan barang dan jasa menggunakan media dan jaringan digital. Pemasaran digital menggunakan platform internet dan teknologi digital untuk mencapai tujuan pemasaran, berbeda dengan pemasaran tradisional yang terutama berfokus pada media cetak, radio, atau televisi (Andirwan Andirwan, Virda Asmirlita, M. Zhafran, Andi Syaiful, Megawati Beddu, 2023).

Dalam melaksanakan penjualan perlu di lakukan strategi penjualan yang digunakan untuk meningkatkan target penjualan meliputi STP yaitu Segmentasi Pasar, Target, Positioning. Tujuan dari penggunaan strategi segmentasi pasar untuk menjalankan dan meningkatkan penjualan, ada pun beberapa segmetasi seperti demografis, psikografis, dan terutama pada perilaku masyarakat sekitar, selain itu dengan melakukan segmentasi pasar yang memfokuskan investasi pada segmen pasar yang spesifik maka akan mendapatkan keuntungan jangka panjang dalam memenangkan persaingan yang kompetitif yang dapat mengembangkan strategi pengalokasian sumber-sumber pemasaran dengan lebih baik. Dengan menentukan posisi produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan, akan membantu membangun citra produk yang baik sehingga pelanggan dapat menerima produk yang di tawarkan. Karena pelanggan akan lebih memilih barang dan jasa yang menawarkan nilai yang baik, hal ini akan mempengaruhi setiap bisnis untuk selalu mempertimbangkan keinginan dan kebutuhan kliennya dan berusaha memenuhi harapan mereka dengan memberikan yang lebih baik dari pesaingnya (Gea, Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Volume Penjualan, 2022). Hal yang perlu di perhatikan dalam menentukan segmentasi pasar yang bertujuan untuk membagi pasar yang beraneka ragam dan heterogen terhadap suatu produk menjadi unit-unit atau segmen-segmen pasar sehingga

konsumen lebih terarah dalam melakukan pembelian. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk membedakan pasar ke dalam kelompok-kelompok pembeli berdasarkan jenis produk dan aktivitas tertentu (Gea, 2022).

Selain memperhatikan dan Mengetahui segemntasi pasar penjual harus memahami Bagaimana cara untuk memasarkan produk yang dihasilkan seperti halnya melakuka promosi terhadap pelanggan, Promosi didefinisikan sebagai komunikasi dalam pemasaran yang digunakan untuk mengedarkan informasi, memengaruhi, meyakinkan, atau memperluas target pasar untuk bisnis dan barang-barangnya supaya menarik perhatian banyak orang dan mereka dapat menerima, membeli, dan tetap setia pada produk yang telah ditawarkan (Miftahul Huda dan Trisninawati, 2024). Dalam promosi perlu melakukan strategi, tujuan dari promosi sehingga dalam melkuakn promosi dapat efektif dapat meningkatkan kesadaran dan minat para pelanggan, namun dengan adanya strategi pemasaran yang tepat dapat membantu meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan. Pemasaran merupakan tindakan yang menilai dan mengomunikasikan keinginan serta kebutuhan pelanggan untuk menarik minat mereka terhadap produk barang dan jasa yang dimiliki (Aisyah, 2021). Pemahaman yang baik tentang pemasaran dapat membantu untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan terarah, sehingga dapat meningkatkan penjualan. Strategi pemasaran merupakan suatu logika dalam pemasaran yang digunakan oleh bidang bisnis untuk mencoba memberikan nilai dan manfaat dari seluruh basis pelanggan (Khairunnisa, 2022). Dengan Memahami target pemasaran yang tepat sangat penting untuk meningkatkan efektivitas promosi pada pemasaran. Jika memiliki sumber daya yang terbatas, penargetan merupakan cara yang baik untuk mengalokasikannya. Untuk mencapai hasil pemasaran yang diinginkan, penjualan diarahkan ke pasar sasaran tertentu. Pasar sasaran adalah basis konsumen yang relatif sama yang ingin ditargetkan oleh bisnis menggunakan taktik untuk menarik dan memperoleh barang yang diinginkan. Kegiatan sosialisasi ini di lalukan di PDF Albaaba Dawar pada salah satu lembaga Pendidikan Sering Melakukan kegiatan penjualan tetapi siswa yang ada di Ma tersebut Kurang Memahami bagamina cara melakukan Pemasaran yang baik, Terutama Strategi Penjualan Produk yang lebih efektif dan juga Kurangnya Kualitas Produk yang dihasilkan

## METODE

### TAHAP AWAL

Sebelum Melakukan sosialisasi di PDF Ulya Albaaba kami melakukan pengumpulan informasi terhadap orang yang dekat degan sekolah tersebut, Setelah melakukan pengumpulan informasi yang cukup dan merasa pada PDF ini sangat perlu di arahkan pentingnya melakukan strategi penjualan dan memperhatikan kualitas produk. Sebelum melakukan sosialisasi kami melakukan izin kepada pimpinan atau pengasuh yang ada di PDF Ulya Albaaba, sebelum itu kami melakukan praktik terlebih dahulu agar kami dapat lebih memahami bagaimana caranya untuk menentukan kondisi suatu pasar, setelah memahaminya kemudian kami melaksanakan sosialisasi dengan siswa PDF Ulya Albaaba yang bertujuan agar sosialisasi ini dapat membantu dalam memberikan arahan dan kesadaran siswa mengenai pentingnya melakukan pemasaran dan memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan.

### TAHAPAN PERSIAAPAN

Kegiatan yang kami lakukan dengan menggunakan pemaparan materi dengan media proyektor dan pengenalan materi mengenai bagaimana cara untuk melakukan promosi secara langsung dan promosi dengan memanfaatkan media digital yang menjadi unsur penting dalam melakukan penjualan, bukan hanya sekedar memebrikan materi tetapi kami juga memberikan praktik secara langsung atau contoh strategi penjualan yang efektif yaitu dengan menggunakan strategi sampling produk dimana pada stregi ini kami langsung membawakan produk kami Sweet

Splash agar para siswa yang ada di PDF Ulya Albaaba ini dapat mengetahui produk hasil dan Menggetahui strategi penjualan yang kami lakukan

## TAHAPAN PENYULUHAAN

Penyuluhan ini dilakukan untuk membantu siswa PDF Ulya Albaaba dalam memberikan informasi mengenai strategi penjualan dan pemasaran secara efektif, dengan tujuan untuk membekali dan memberi arahan agar siswa dapat mengimplementasikan informasi yang telah kami sampaikan, selain itu diharapkan penyuluhan ini dapat membangun kesadaran siswa mengenai pentingnya melakukan strategi pemasaran dan membantu dalam meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan.



Gambar 1. 1 Pemaparan Materi Menggunakan Proyektor

## EVALUSI

Dari hasil penyuluhan yang kami paparkan banyak dari siswa PDF ulya albaaba yang berantusias dalam Menikuti kegiatan sosialisasi, Banyak dari siswa yang memperhatikan pemaparan materi yang pada pemaparan materi ini kami mengguanka strategi sampling produk yaitu strategi yang memberikan sampel produk dimana dalam strategi ini kami membawakan produk Sweet Splash dalam bentuk Es kopyor. Dengan menggunakan strategi ini kami berharap siswa dapat mengetahui secara langsung strategi yang digunakann dalam penjualan dan juga kualitas produk Sweet Splash. Hasil dari strategi penyuluhan terhadap PDF Ulya Albaaba ini siswa dapat lebih memahami bagaimana untuk mengetahui kualitas produk dan terutama mengetahui bagaimana cara untuk melakukan strategi dalam penjualan seperti halnya dalam pemaparan materi yang menggunakan strategi line extension den repositioning dapat dibuktikan dengan banyak dari siswa PDF yang bertanya mengenai cara utuk meningkatkan pendapatan terutama bertanya tentang strategi, produk yang akan dijual, menentukan kualitas produknya dan juga cara untuk melakukan pemasaran yang lebih efektif dengan menggunakan media digital maupun pemasaran secara langsung.



Gambar 1. 2 Foto Bersama Perwakilan Siswa PDF Ulya Albaaba

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan yang kami laksanakan di lakukan untuk dapat memberikan pengetahuan tentang strategi penjualan, cara untuk melakukam promosi dan untuk menjaga atau meningkatkan kualitas produk yang akan di tawarkan oleh siswa pdf ulya albaba terhadap konsumen, pada kegiatan ini banyak siswa yang ada di sini kurang memahmi untuk melakukan pemasaran yang tempat dan efisien, dalam pemaparan ini kami menjelaskan perlunya pemasaran yang berbasis tradisonal secara lagsumng dan tatap muka dengan para konsuemn. Dengan tujuan agar siswa dapat mengetahui perilaku dari konsumen bukan hanya pemasaran secara tradisonal, pemasaran modern yang berbasis digital juga perlu dilakukan agar bisnis dapat tetap relevan dan kompetitif serta tidak tertinggal zaman dalam memenuhi kebvutuhan dan pereferensi konsumen yang semakin canggih. Tujuan promosi modern yang kita lakukan agar dapat meyebar secara luas dalam konteks pemasaran digital ini, karena masih pemula dalam melkuakan bisnis maka pemsaran dapat di lalukan pada aplikasi whatsapp atau intagram, dimana dalam melakuakn promosi menggunakan dua apliaksi tersebut dapat menjagkau target yang kita tuju seprti halnya untuk menjagkau di sekitar daerah Boyolali, dalam melakaukan pemsaran kami juga memberikan contoh secara langsung bagaimana kita melakukan pemasran sehingga dapat memberikan gambaran secara nyata, dengan cara ini diharapkan siswa yang ada di PDF Ulyaa Albabaa Dawar dapat lebih mudah untuk mendalami dan memahami informasi yang kami berikan.



Gambar 1. 3 Penjualan Produk di SD N Masahan



Gambar 1. 4 Penjualan Produk di Stand

Dalam melakukan kegiatan ini kami juga memberikan informasi mengenai strategi penjualan, dimana dalam inforamsi yang kami sampiakan kami juga memberikan contoh secara langsung diman pada kegiatan ini kami lebih menekankan penjelasan mengenai 2 strategi yaitu startegi line extension dan strategi repositioning, strategi line extension ini menjelaskan dimana

penambahan produk baru tanpa mengantikan produk lama. Strategi repositioning yaitu adanya pergantian produk lama ke produk yang baru dimana pada produk baru tersebut memiliki keunggulan yang lebih kompetitif dari pada produk lama, sehingga produk lama akan dihilangkan dari produk penjualan. Namun pada penggunaan 2 strategi ini dapat di analisis dengan cara menganalisis selera para konsumen atau target dan kondisi lingkungan, seperti halnya pada kegiatan ini kami juga memberikan contoh nyata bagaimana kami menentukan strategi penjualan yang pas untuk tetap memperoleh penghasilan.



Gambar 1. 5 Penjualan dengan strategi Line Extension

Untuk memulai suatu bisnis hal utama yang perlu diperhatikan adalah kualitas produk yang bertujuan untuk membangun kepercayaan dengan konsumen dan meningkatkan reputasi bisnis, dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan membuat mereka menjadi pelanggan setia, dapat mengurangi resiko kerugian finansial dan reputasi akibat produk yang cacat atau tidak sesuai dengan standar, membantu pemula bersaing dengan bisnis lain dan meningkatkan pangsa pasar, kualitas produk yang konsisten dapat membantu pemula membangun merk yang kuat dan dikenal oleh konsumen, produk yang berkualitas tinggi dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan bisnis sehingga pemula dapat mencapai tujuan finansial. Dalam melakukan sosialisasi ini kami memberikan contoh produk sweet splash yang berupa es kopyor dengan memberikan sampel produk dan juga menjelaskan bahan-bahan utama yang perlu menjadi perhatian khusus seperti penggunaan bahan baku asli misal pada es kopyor menggunakan gula pasir asli tanpa adanya campuran sakarin. Jika menggunakan campuran sakarin dapat menyebabkan gangguan pencernaan atau kembung, sakarin dapat meninggalkan rasa pahit atau aroma logam di mulut jika dikonsumsi berlebihan, rasa manis yang ada pada sakarin dapat merangsang pelepasan insulin, mengkonsumsi sakarin yang berlebih dapat meningkatkan nafsu makan dan justru meningkatkan resiko penambahan berat badan atau obesitas, sakarin juga dapat menyebabkan reaksi alergi pada seseorang yang memiliki alergi terhadap sulfonamid. Jika pada produk sweet splash menggunakan bahan campuran sakarin dapat menurunkan citra produk dimata konsumen.

Selain memperhatikan kualitas bahan baku dalam melakukan penjualan perlu juga memperhatikan kualitas dalam pelayanan untuk membantu meningkatkan kepuasan pelanggan dan penjualan dengan cara berkomunikasi secara efektif, menyediakan pelayanan yang cepat, memiliki pengalaman produk yang baik dan mampu dalam menyelesaikan masalah pelanggan dengan cepat dan efektif. Sehingga saat melakukan penjualan apalagi bagi para pemula dalam memperhatikan kualitas produk maupun kualitas pelayanan dapat membantu meningkatkan penjualan produk dan meningkatkan pendapatan.

## KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi di lakukan di Pdf Ulya Albabaa Dawar Untuk melakukan tempat sosialisasi dengan melakukan pengumpulan informasi mengenai Pdf Ulya Albabaa Dawar Dengan hasil banyak siswa yang belum paham mengenai strategi pemasaran dan juga satragei penjualan bahkan dalam melakukan penjualan juga kurang dalam memperhatikan kualitas produk,maka dari itu sosialisasi yang akan kami lakuakn tepat sosialisasi juga berjalan' dengan lancar banyak siswa yang sangat berantusias dalam kegiatan ini, Kegiatan yang kita lakukan dengan memberikan penjelasan dan juga memberikan contoh secara nyata sebab dalam kegiatan ini kami juga melakukan praktik terlebih dahulu sehingga memudahkan kami dalam melakukan pemaparan materi,,dalam strategi penjualan kami menggunakan 2 strategi yaitu strategi line extension dan repositoning kami juga menjabarkan bagaimana dalam menerapkan strategi penjualan, pemasaran dilakukan dengan cara tradisional dan moderen tujuan dengan dilakukan pemasaran dengangan cara tradisional agar produsen atau pemilik usaha dapat menganalisis lingkungan sekitar termasuk dalam karakteristik masyarakat, untuk promosi dengan cara modern di gunakan Agar jangkauan lebih meluas dan dimna pada era zaman sekarang teknologi menjadi satu-satunya untuk memberikan informasi yang lebih luad. Selain itu juga menjelaskan segmentasi pasar bagaimana dalam segmentasi pasar ini bukan berfokus pada barang jualan atau layanan tapi bagaimana kondisi suatu tempat tersebut, sebelum melakukan segmentasi pasar produsen atau pemilik usaha harus Melakukan target pemasaran yang akan di tujukan atau fokus utama target dalam penjualan, kami juga memberikan informasi mengenai pentingnya dalam menjaga kualitas produk karena ini menjadi salah satu unsur penting dalam melakukan penjualan karena pada nantinya akan menjadi Citra merek yang dapat memudahkan produsen untuk mengenalkan produk tersebut, di kegiatan sosialisasi ini kami buka hanya memberikan sebuah materi saja tetapi juga memberikan contoh scera nyata memberikan info yang bener bener sudah kami lalui kami juga memberikan sampel produk untuk memberikan contoh kepada siswa pdf Ulya Albabaa Dawar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S. (2021, Juli). Analisis Peranan Auditor Internal Terhadap Fungsi Pemasaran (Promosi) Pada Hotel Transit Syariah Medan. *Accumulated Journal*, 3, 1-9.
- Andirwan Andirwan, Virda Asmirlita, M. Zhafran, Andi Syaiful, Megawati Beddu. (2023, Desember). Strategi Pemasaran Digital: Inovasi Untuk Memaksimalkan Penjualan Produk Konsumen di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Multidiaiplin Amsir*, 2, 115-166.
- Dinda Dewi Rahma Wijaya dan Syahfitri Ronauli Daulay. (2025, Februari). Strategi Pemasaran Berbasis Segmentasi: Menentukan, Menganalisis, dan Meramalkan Pasar Sasaran Untuk Peningkatan Kinerja Bisnis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 3, 464-478.
- Evi Laili Kumrotin dan Ari Susanti. (2021, Juni). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cave KO.WE.COK di Solo. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 16, 1-14.
- Frans Sudirjo, Dian Wahyuningsih, Gatot Wijayanto, Dwi Wahyono. (2024). *Teori Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. (A. Asari, Ed.) Kota Solok: PT MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA .
- Gea, S. (2022, Mei). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *JAMANE*, 1, 1-7.
- Gea, S. (2022, Mei). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *JAMANE*, 1, 1-7.

- Gita Desmianti dan Willma Fauzzia. (2021, September). Peranan Pastry Section dalam Menjaga Kualitas Produk Pastry di Best Western Premier La Grande Hotel Bandung. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 3, 43-52.
- Khairunnisa, C. (2022, Agustus). Pemasaran Digital Sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *JAMIN*, 5, 98-102.
- Manik, C. (2015, Oktober). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi. *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 3, 40-56.
- Maulana Mustopa, Irfan Junaedi, Anton Zulkarnian Siarnipan. (2021, April). Sistem Informasi Penjualan Dan Pengendalian Stock Barang Bangunan Pada Toko Bangunan Delima. *Manajemen Informatika Jayakarta*, 1, 105-116.
- Miftahul Huda dan Trisninawati. (2024, Januari). Peranan Kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) Terhadap Kinerja Karyawan Dalam Meningkatkan Promosi Produk Di PT. PUSRI PALEMBANG. *JEMBA*, 3, 1-14.
- Santi Sukmaeni, Saiman, Meity Suryandari. (2025). Pentingnya Segmentasi Pasar, Positioning dan Branding Dalam Meningkatkan Efektivitas Manajemen Dakwah. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 1, 53-61.
- Umi Hanik Makmuroh dan Mira Firlana. (2025, Januari). Analisa Strategi Penjualan Pada PT. Lion Super Indo Jakarta Utara. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14, 853-862.
- Umi Hanik Makmuroh dan Mira Firlana. (2025, Januari). Analisa Strategi Penjualan Pada PT. Lion Super Indo Jakarta Utara. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14, 853-862.