

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan produk (Studi Kasus pada Galeri Aska Tulungagung) ini ditulis oleh Ruhmana Sholekah, NIM 17402153419, Pembimbing Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh suatu pemikiran bahwa semua perusahaan atau organisasi, tentu mempunyai suatu tujuan sendiri-sendiri untuk memotivasi produknya dari proses berdirinya hingga sekarang ini. Demikian pula dengan Pengrajin bantal karakter Galeri Aska Tulungagung tentu saja memiliki tujuan, strategi dan manajemen dalam meningkatkan penjualan produknya. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menarik konsumen adalah dengan melakukan strategi *marketing mix*

Fokus penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah (1) Bagaimana strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan yang dilakukan oleh Galeri Aska Tulungagung? (2) Bagaimana kendala dari strategi pemasaran yang diterapkan oleh Galeri Aska Tulungagung?

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan metode deskriptif. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Peneliti melakukan pengecekan ulang untuk mendapatkan data yang diperoleh dan menggunakan teknik triangulasi, dengan tujuan untuk mendapatkan kevalidan data. Setelah itu, menganalisisnya melalui reduksi data dan pembuatan kesimpulan.

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan yang diterapkan oleh Galeri Aska Tulungagung lebih ditekankan pada strategi bauran pemasaran. Strategi bauran pemasaran yang digunakan oleh Galeri Aska Tulungagung berjalan dengan baik, buktinya dari awal produksi sampai sekarang ini produksinya terus meningkat, semakin banyak karyawan dan pelanggan. Dalam melakukan kegiatan strategi pemasaran Galeri Aska Tulungagung terdapat kendala yang dihadapi, baik kendala internal maupun kendala eksternal, kendala internal seperti terjadi kecacatan produk karena kelalaian karyawan. Sedangkan kendala eksternal yaitu kurangnya promosi via sosial media terutama *facebook*. Namun kendala-kendala tersebut mampu teratasi dengan baik melalui beberapa strategi yang dilakukan oleh Galeri Aska Tulungagung dengan penerapan strategi pengecekan produk sebelum dikemas dan dikirim, dan menambah promosi menggunakan *status whatsapp*.

Kata Kunci : Strategi pemasaran, Penjualan, Produk

ABSTRACT

Thesis entitled "Marketing Strategy in Increasing Product Sales (Case Study at Galeri Aska Tulungagung) written by Ruhmana Sholekah, NIM 17402153419, Advisor Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag.

Business developments that are so fast make competition in the business world so fast. So as to encourage business people to be smart in attracting consumers. One way to attract consumers is to do a marketing mix strategy. This research is motivated by a thought that all companies or organizations, of course, have their own goals to motivate their products from the process of establishment until now. Likewise, the pillow makers of the Galeri Aska Tulungagung character certainly have goals, strategies and management in increasing sales of their products. One way that can be done to attract consumers is to do a marketing mix strategy

The focus of research in this thesis is (1) What is the marketing strategy to increase sales conducted by the Galeri Aska Tulungagung? (2) What are the constraints of the marketing strategy adopted by the Galeri Aska Tulungagung?

This type of research is field research using a descriptive method approach. In collecting data researchers used the method of observation, interviews, and documentation. Researchers do a double check to get the data obtained and use triangulation techniques, with the aim to get the validity of the data. After that, analyze it through data reduction and making conclusions.

Based on the results of data analysis, it can be concluded that the marketing strategy in increasing sales implemented by the Galeri Aska Tulungagung is more emphasized on the marketing mix strategy. The marketing mix strategy used by the Galeri Aska Tulungagung is going well, the proof is that from the beginning of production until now its production has continued to increase, more and more employees and customers. In carrying out the marketing strategy activities of the Galeri Aska Tulungagung there are obstacles encountered, both internal and external constraints, internal constraints such as product defects due to employee negligence. While the external obstacle is the lack of promotion via social media, especially Facebook. However, these obstacles were able to overcome well through a number of strategies carried out by the Galeri Aska Tulungagung by implementing a product checking strategy before being packaged and shipped, and adding to promotions using whatsapp status.

Keywords: Marketing strategy, Sales, Products