

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT) ini ditulis oleh Rizki Puspita Karisma NIM. 17402163291, pembimbing Jusuf Bachtiar, S.S.M.Pd.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masalah persaingan usaha dan permintaan akan produk yang semakin meningkat menuntut perusahaan untuk lebih memperhatikan dalam hal pemasarannya. Bauran pemasaran merupakan inti dari suatu sistem pemasaran perusahaan yang dapat mempengaruhi permintaan akan produk yang dihasilkan. Seperti yang dilakukan oleh PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT) strategi yang digunakan yakni bauran pemasaran 4-P yang meliputi penentuan produk, harga, promosi dan tempat.

Fokus penelitian dalam skripsi ini yaitu (1) Bagaimana strategi pemasaran yang siterapkan dalam meningkatkan volume penjualan produk pada PT. Industri Marmer Indonesia (IMIT), (2) Bagaimana kendala dan solusi strategi pemasaran yang diterapkan dalam meningkatkan volume penjualan produk PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT).

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sumber data yang diperoleh adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yaitu dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT) diantaranya yaitu produk, harga, promosi dan tempat. Dari keempat strategi yang telah diterapkan belum mampu meningkatkan volume penjualan. Perusahaan harus lebih meningkatkan promosi agar volume penjualan yang didapatkan lebih maksimal. (2) Kendala dan solusi strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT) a) Produk, adanya keterbatasan bahan baku, cuaca dan juga jenis marmer yang beragam, solusi dalam hal ini yaitu menambah stok bahan baku maupun bahan bantu, b) Harga, adanya pesaing yang bermunculan serta ketersediaan bahan baku yang cukup mahal, solusi dari kendala tersebut yaitu memberikan potongan harga pada distributor memberikan pelayan yang memuaskan dan peningkatan kualitas produk, c) Promosi, kurangnya promosi yang dilakukan melalui sosial media solusinya akan merekrut karyawan yang khusus menangani dan mengelola informasi pemesanan konsumen via online, d) Place, keterlambatan produk, kerusakan barang, solusinya adalah meningkatkan kualitas pengiriman produ.

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, Volume Penjualan

ABSTRACT

Thesis with the title "Marketing Strategy to Increase Product Sales Volume of PT. The Tulungagung Indonesian Marble Industry (IMIT) was written by Rizki Puspita Karisma NIM. 17402163291, supervisor Jusuf Bachtiar, S.S.M.Pd.

This research is motivated by the problem of business competition and the increasing demand for products, which requires companies to pay more attention to marketing. The marketing mix is the core of a company's marketing system that can affect the demand for the resulting product. As was done by PT. The strategy used by the Indonesian Marble Industry in Tulungagung (IMIT) is the 4-P marketing mix which includes product determination, price, promotion and location.

The research focus in this thesis is (1) How is the marketing strategy implemented in increasing the volume of product sales at PT. Indonesian Marble Industry (IMIT), (2) How the constraints and marketing strategy solutions applied to increase the sales volume of PT. Indonesian Tulungagung Marble Industry (IMIT).

This research uses qualitative research with a descriptive approach. The data sources obtained are primary data and secondary data. Data collection techniques with observation, interviews and documentation. The data analysis techniques are data reduction, data presentation and drawing conclusions.

The results of this study indicate that (1) The marketing strategy carried out by PT. The Tulungagung Indonesian Marble Industry (IMIT) includes products, prices, promotions and places. Of the four strategies that have been implemented, it has not been able to increase sales volume. Companies must increase their promotions so that the sales volume they get is maximized. (2) Constraints and solutions to marketing strategies in increasing the sales volume of PT. Tulungagung Indonesian Marble Industry (IMIT) a) Products, limited raw materials, weather and various types of marble, the solution in this case is to increase the stock of raw materials and auxiliary materials, b) Prices, competitors that have sprung up and availability of raw materials quite expensive, the solution to these constraints is to provide discounts to distributors providing satisfying services and improving product quality, c) Promotion, lack of promotions carried out through social media, the solution is to recruit employees who specifically handle and manage consumer ordering information via online, d) Place, product delays, damage to goods, the solution is to improve the quality of product delivery.

Keywords: Strategy, Marketing, Sales Volume