

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus pada Usaha Genteng Hasil Karya Desa Baruharjo, Kecamatan Durenan, Kabupaten Trenggalek)” ini ditulis oleh Dwi Fiftianingrum, NIM. 12405173096, pembimbing Ahmad Budiman, M.S.I.

Perkembangan bisnis yang meningkat dari waktu ke waktu menuntut setiap perusahaan untuk memanfaatkan berbagai kesempatan untuk memasarkan produk yang dimiliki. Kegiatan pemasaran produk tersebut memerlukan strategi pemasaran yang tepat tujuan akhir perusahaan dapat tercapai. Setiap perusahaan yang melakukan kegiatan bisnis memiliki tujuan akhir yaitu keberhasilan dalam proses penjualan produk. Oleh karena itu, sebelum melakukan pemasaran produk suatu perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran produk agar kegiatan pemasaran produk dapat dimaksimalkan dan berdampak baik dengan meningkatnya jumlah penjualan.

Fokus penelitian ini adalah (1) Bagaimanakah strategi pemasaran pada usaha genteng Hasil Karya dalam meningkatkan volume penjualan. (2) Apa saja faktor penghambat dan faktor pendukung strategi pemasaran pada usaha genteng Hasil Karya. Adapun tujuan penelitian ini yaitu (1) Mendeskripsikan strategi pemasaran pada usaha genteng Hasil Karya dalam meningkatkan volume penjualan. (2) Mendeskripsikan faktor-faktor yang menjadi penghambat dan pendukung strategi pemasaran pada usaha genteng Hasil Karya.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan jenis studi kasus. Sumber data diperoleh dari data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan yang diterapkan usaha genteng Hasil Karya yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran 4P yang meliputi a) produk, b) harga, c) tempat dan d) promosi. (2) Faktor penghambat dan faktor pendukung yang mempengaruhi strategi pemasaran pada usaha genteng Hasil Karya yaitu a) faktor penghambat yang meliputi faktor produksi, faktor pesaing dan faktor harga b) faktor pendukung meliputi faktor pelanggan, faktor pemasok, faktor produk, faktor tempat serta faktor promosi.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Volume Penjualan

ABSTRACT

This thesis with the title "Marketing Strategies in Increasing Sales Volume (Case Study on Roof Tile Businesses Hasil Karya in Baruharjo Village, Durenan Subdistrict, Trenggalek Regency)" was written by Dwi Fiftianingrum, NIM. 12405173096, supervisor Ahmad Budiman, M.S.I.

Increasing business development from time to time requires every company to take advantage of various opportunities to market their products. These product marketing activities require a proper marketing strategy that the final goal of the company can be achieved. Every company that carries out business activities has the ultimate goal of success in the product sales process. Therefore, before marketing products, a company must know the factors that can affect the product marketing strategy so that product marketing activities can be maximized and have a good impact by increasing the number of sales.

The focus of this research is (1) What is the marketing strategy of the roof tile business Hasil Karya in increasing sales volume. (2) What are the inhibiting factors and the supporting factors for the marketing strategy in the roof tile business Hasil Karya. The objectives of this study are (1) to describe the marketing strategy of the roof tile business Hasil Karya in increasing sales volume. (2) Describe the factors that are inhibiting and supporting the marketing strategy in the roof tile business Hasil Karya.

This research is qualitative research with a type of case study. The data sources were obtained from primary and secondary data. This research data collection technique using interviews, observation, and documentation. The data analysis technique uses reduction, data presentation, and conclusion drawing.

The results of this study indicate that: (1) The marketing strategy in increasing sales volume applied by the roof tile business Hasil Karya is by using the 4P marketing mix which includes a) product, b) price, c) place and d) promotion. (2) Inhibiting factors and supporting factors that influence the marketing strategy of the roof tile business Hasil Karya, namely a) inhibiting factors including production factors, competitor factors and price factors b) supporting factors including customer factors, supplier factors, product factors, place factors and promotion factors.

Keywords: Strategy, Marketing, Sales Volume