

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Barang Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Mebel Bulsak Fajar Lestari Desa Karangsono Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung)” yang di tulis oleh Siti Mukaromatun Ni'mah, NIM. 12402173485, yang di bimbing oleh Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M.Ag.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh mewabahnya Covid-19 di Kabupaten Tulungagung terutama pada Kecamatan Ngunut yang mengakibatkan sektor perekonomian dan perdagangan mengalami penurunan penjualan, sehingga mereka dituntut harus pintar putar otak untuk menghadapi situasi tersebut. Sebuah pengusaha harus mempunyai strategi bauran pemasaran yang tepat agar bisa memasarkan produk atau jasa mereka ke konsumen sebagai strategi brand bertahan di tengah pandemi.

Fokus penelitian yang di ambil dalam penelitian ini adalah; 1) Bagaimana strategi produk yang dilakukan Mebel Bulsak Fajar Lestari dalam meningkatkan volume penjualan ditengah pandemi covid-19? 2) Bagaimana strategi harga yang dilakukan Mebel Bulsak Fajar Lestari dalam meningkatkan volume penjualan ditengah pandemi covid-19? 3) Bagaimana strategi tempat yang dilakukan Mebel Bulsak Fajar Lestari dalam meningkatkan volume penjualan ditengah pandemi covid-19? 4) Bagaimana strategi promosi yang dilakukan Mebel Bulsak Fajar Lestari dalam meningkatkan volume penjualan ditengah pandemi covid-19?

Pendekatan penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif, jenis dari penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Sumber datanya adalah data primer dan data sekunder. Teknik pegumpulan datanya menggunakan teknik analisis model Miles dan Hubberman, yang meliputi 3 (tiga) tahap yaitu: tahap reduksi data, tahap penyajian data, tahap penarikan kesimpulan dan verivikasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa; 1) Strategi produk yang dilakukan Mebel Bulsak Fajar Lestari dalam meningkatkan volume penjualan ditengah pandemi covid-19 adalah dengan meningkatkan variasi, kualitas, desain, fitur dan menambahkan nama merek. 2) Strategi harga yang dilakukan Mebel Bulsak Fajar Lestari dalam meningkatkan volume penjualan ditengah pandemi covid-19 adalah dengan memberikan potongan harga, tingkatan harga dan pembayaran. 3) Strategi tempat yang dilakukan Mebel Bulsak Fajar Lestari dalam meningkatkan volume penjualan ditengah pandemi covid-19 adalah dengan cara meningkatkan lokasi dan pendistribusian. 4) Strategi promosi yang dilakukan Mebel Bulsak Fajar Lestari dalam meningkatkan volume penjualan ditengah pandemi covid-19 adalah dengan melakukan periklanan, promosi, penjualan perorangan dan hubungan masyarakat.

Kata Kunci: Pandemi Covid-19, Penjualan, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

Undergraduate thesis entitled "Marketing Mix Strategy to Increase Sales Volume of Goods Amid the Covid-19 Pandemic (Case Study on Fajar Lestari Bulk Furniture, Karangsono Village, Ngunut District, Tulungagung Regency)" was written by Siti Mukaromatun Ni'mah, Student ID. 12402173485, and supervised by Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M.Ag.

This research was motivated by the Covid-19 outbreak in Tulungagung Regency, especially in Ngunut District, resulting for the economic and trade sectors, sales have decreased. So, they are required to be smart to turn their brains to deal with this situation. An entrepreneur must have the right marketing mix strategy to market their products or services to consumers as a brand strategy to survive during a pandemic.

The research focus in this study is 1) What is the product strategy of Fajar Lestari Bulk Furniture in increasing sales volume during the Covid-19 pandemic? 2) What is the price strategy for Fajar Lestari Bulk Furniture in increasing sales volume during the Covid-19 pandemic? 3) What is the location strategy of Fajar Lestari Bulk Furniture in increasing sales volume during the Covid-19 pandemic? 4) What is the promotional strategy of Fajar Lestari Bulk Furniture in increasing sales volume during the Covid-19 pandemic?

This research approach uses descriptive qualitative. The type of research used is qualitative research. The data sources are primary data and secondary data. The data collection technique used is the Miles and Huberman model analysis technique, which includes 3 (three) stages: data reduction stage, data presentation stage, conclusion drawing stage and verification.

The study results indicate that 1) The product strategy carried out by Fajar Lestari Bulk Furniture in increasing sales volume during the Covid-19 pandemic is to increase variety, quality, design, features, and add brand names, 2) The pricing strategy carried out by Fajar Lestari Bulk Furniture in increasing sales volume during the Covid-19 pandemic is to provide price discounts, price levels, and payments, 3) The location strategy carried out by Fajar Lestari Bulk Furniture in increasing sales volume during the Covid-19 pandemic is by expanding location and distribution, 4) The promotional strategy carried out by Fajar Lestari Bulk Furniture in increasing sales volume during the Covid-19 pandemic is to carry out by advertising, promotions, individual sales, and public relations.

Keywords: Covid-19 Pandemic, Marketing Strategy, Sales