

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Jati Mulia Art and Furniture Desa Jatimulya Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung)” ini ditulis oleh MUH IRFAN A, NIM 12402173292 pembimbing Dr. Ngainun Naim, M.H.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya perusahaan-perusahaan furniture yang terdapat di Tulungagung. Diantaranya kepuasan konsumen, kepercayaan, kemudahan, dan pengalaman dengan perusahaan. Untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, Sebuah perusahaan harus mempunyai strategi-strategi yang diterapkan. Pada *home industri furniture* Jatimulia ini untuk mampu mempertahankan loyalitas pelanggan mereka menerapkan beberapa aspek dalam manajemen produksi dalam meningkatkan penjualan produk Jatimulia art and furniture berupa promosi, pemasaran, penjualan dan pengawasan produksi untuk menciptakan loyalitas.

Rumusan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah (1) Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Jatimulia art and furniture agar lebih dikenal dikalangan luas (2) Bagaimana perkembangan penjualan selama pandemi covid-19 (3) Strategi yang digunakan agar konsumen tidak kecewa setelah menggunakan produk dari Jatimulia. Sedangkan tujuan penelitian ini (1) Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh Jati Mulia art dan furniture. (2) Untuk mengetahui penjualan Jati Mulia art dan furniture selama masa pandemi Covid 19. (3) Untuk mengetahui strategi yang digunakan agar konsumen tidak kecewa setelah menggunakan produk Jati Mulia art dan furniture. Teori yang digunakan yaitu strategi pemasaran yang terdiri dari produksi, promosi, pemasaran, konsumsi . Promosi yang terdiri penjualan pribadi, periklanan, publikasi, promosi penjualan dan hubungan masarakat. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini antara lain observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan perlu melakukan perencanaan produksi dengan memperhatikan kualitas bahan produk dan melakukan pengawasan produksi dengan mempertahankan kualitas dan efisien waktu. (2) Faktor internal yang menjadi kekuatan yaitu industri milik pribadi dan memiliki izin usaha, produk yang dihasilkan sesuai selera konsumen dan ciri khas dari Jatimulia. Mempertahankan kualitas produk dengan menjaga hubungan baik antara pemilik dengan karyawan dan mampu bertahan dengan ciri khas produk Jatimulia. Faktor kelemahannya produk harga yang lebih mahal dibanding pesaing-pesaing lain karena perusahaan ini bersifat *custom*.

**Kata Kunci : Strategi Pemasaran dan Penjualan Produk**

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title "Marketing Strategy in Increasing Sales (Case Study Jati Mulia Art and Furniture Jatimulya Village Kauman District Tulungagung)" was written by MUH IRFAN A, NIM 12402173292 supervisor Dr. Ngainun Naim, M.H.I.*

*This research is motivated by the number of furniture companies in Tulungagung. Among them are customer satisfaction, trust, ease, and experience with the company. To maintain customer loyalty, a company must have its strategies in place. In jatimulia furniture industry home to be able to maintain customer loyalty they apply several aspects in production management in increasing sales of Jatimulia art and furniture products in the form of promotion, marketing, sales and production supervision to create loyalty.*

*The formulation of problems in writing this thesis is (1) Marketing strategy applied by Jatimulia art and furniture to be better known among the broad (2) How sales development during the pandemic covid-19 (3) Strategy used so that consumers are not disappointed after using products from Jatimulia. While the purpose of this research (1) To know the marketing strategy conducted by Jati Mulia art and furniture. (2) To know the sale of Jati Mulia art and furniture during the Covid 19 pandemic. (3) To know the strategy used so that consumers are not disappointed after using Jati Mulia art and furniture products. The theory used is a marketing strategy consisting of production, promotion, marketing, consumption. Promotions consisting of personal sales, advertising, publications, sales promotions and masarakat relationships. This type of research uses descriptive methods using qualitative approaches. Techniques used in data collection in this study include observation, interview and documentation.*

*The results of this study show that: (1) Marketing strategies in increasing sales need to conduct production planning by paying attention to the quality of product materials and supervising production by maintaining quality and efficient time. (2) Internal factors that become a force that is privately owned industry and have a business license, products produced according to consumer tastes and characteristics of Jatimulia. Maintaining product quality by maintaining good relationship between owners and employees and able to survive with the characteristics of Jatimulia products. The weakness factor of the product is more expensive than other competitors because the company is custom.*

**Keywords : Marketing Strategy and Product Sales.**