

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Bordir Kebaya Khas Bali Metro Embroidery Banaran Kauman Tulungagung)” ini ditulis oleh Sehrin Aida Sari, NIM. 12402183352, pembimbing Dr. H. Asmawi, M.Ag.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya usaha industri bordir kebaya khas Bali yang pada saat ini sedang berkembang. Strategi pemasaran merupakan suatu hal yang sangat penting bagi perusahaan sebagaimana strategi merupakan suatu cara untuk mencapai tujuan perusahaan. Dalam strategi pemasaran menggunakan Bauran Pemasaran. Dalam strategi peningkatan penjualan terdapat faktor internal dan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi proses pemasaran hingga proses penjualan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana manajemen strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk kebaya khas Bali?, 2) Apa yang menjadi faktor internal dan faktor eksternal dalam meningkatkan penjualan produk kebaya khas Bali?

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif atau penelitian lapangan yang bersifat deskriptif. Lokasi penelitian berada pada usaha industri bordir kebaya khas Bali Metro Embroidery Desa Banaran Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung. Penelitian ini dilakukan menggunakan sumber data primer yang didapatkan secara langsung dan sumber data sekunder yang didapatkan dari media lain seperti buku, jurnal dan lain-lain. Dalam teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Pengecekan keabsahan temuan dengan triangulasi dan perpanjangan kehadiran penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Strategi pemasaran yang digunakan oleh usaha bordir kebaya khas Bali Metro Embroidery menggunakan metode 4P yaitu harga yaitu harga sesuai pasaran, produk yaitu mengutamakan kualitas, *Place* yaitu lokasi distribusi berada di Bali, promosi yaitu jasa sales *offline* dan *online*. 2) Faktor yang mempengaruhi proses penjualan yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor tersebut dianalisis menggunakan metode bauran pemasaran 4P untuk faktor internal Produk mengutamakan kualitas produk dan menciptakan motif-motif baru, harga yang digunakan berpacu pada harga pasaran, promosi memanfaatkan teknologi, lokasi distribusi yang berada di satu tempat. Faktor eksternal produk pesaing bisnis bergerak dibidang yang sama, harga yang naik turun, promosi pesaing lebih maksimal, lokasi distribusi yang sama dengan pesaing

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Faktor Eksternal dan Eksternal

ABSTRACT

The thesis entitled "Marketing Strategies to Increase Sales (Case Study of Bali Metro Embroidery Kebaya Embroidery Banaran Kauman Tulungagung)" was written by Sehrin Aida Sari, NIM. 12402183352, adviser Dr. H. Asmawi, M.Ag.

This research is motivated by the existence of a Balinese kebaya embroidery industry business which is currently developing. Marketing strategy is a very important thing for companies as strategy is a way to achieve company goals. In the marketing strategy using the Marketing Mix. In the strategy to increase sales, there are internal factors and external factors that can affect the marketing process to the sales process.

The formulation of the problem in this research is 1) How is the marketing strategy management to increase sales of Balinese kebaya products?, 2) What are the internal factors and external factors in increasing sales of Balinese kebaya products?

This study uses a qualitative approach or field research that is descriptive. The research location is in the Balinese kebaya embroidery industry, Metro Embroidery, Banaran Village, Kauman District, Tulungagung Regency. This research was conducted using primary data sources obtained directly and secondary data sources obtained from other media such as books, journals and others. In data collection techniques using observation, interviews, and documentation. In the data analysis technique using data reduction, data presentation and drawing conclusions. Checking the validity of the findings by triangulation and extension of research attendance.

The results showed that: 1) The marketing strategy used by the Bali Metro Embroidery kebaya embroidery business used the 4P method, namely price, namely the price according to the market, product which prioritized quality, Place, namely the distribution location in Bali, promotion, namely offline and online sales services. 2) Factors that affect the sales process are internal factors and external factors. These factors were analyzed using the 4P marketing mix method for internal factors. Products prioritize product quality and create new motifs, prices used are based on market prices, promotions use technology, distribution locations in one place. External factors of business competitors' products are in the same field, prices fluctuate, competitors' promotions are maximized, distribution locations are the same as competitors

Keywords: Marketing Strategy, Marketing Mix, External and External Factors