

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Rokok (Studi Kasus di PR.Dua Dewi, Desa Tanggulkandung Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung)” ini ditulis oleh Sindhy Devia Salma Bella, NIM 12402183211, pembimbing Prof. Dr. Ahmad Tanzeh, M.Pd.I.

Latar belakang penelitian ini yaitu Perusahaan Rokok Dua Dewi dalam menentukan manajemen pemasaran yang tepat dan efektif agar mampu membuat perencanaan pemasaran yang bagus dan matang. Dengan Manajemen pemasaran yang tepat dan efektif akan meningkatkan volume penjualan suatu produk sehingga mempengaruhi berhasil atau tidaknya suatu usaha yang telah dijalankan.

Fokus penelitian dalam penulisan skripsi ini yaitu (1) Bagaimana perencanaan pemasaran dalam meningkatkan volume/jumlah penjualan produk rokok dua dewi di Tulungagung? (2) Bagaimana pendistribusian/penyaluran rokok dalam meningkatkan jumlah penjualan rokok dua dewi di Tulungagung? (3) Bagaimana kegiatan promosi yang dilakukan dalam meningkatkan volume/jumlah penjualan produk rokok dua dewi di Tulungagung? (4) Bagaimana control/pengawasan pemasaran yang dilakukan PR.Dua Dewi?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Adapun dalam pengecekan keabsahan data menggunakan kredibilitas, uji transferabilitas, uji dependabilitas, uji konfirmabilitas.

Hasil dari penelitian ini adalah (1) Perencanaan Pemasaran Perusahaan Rokok Dua Dewi dalam meningkatkan volume/jumlah penjualan yaitu menentukan harga produk yang sangat terjangkau dengan kualitas mutu yang sangat baik, selain itu juga menentukan Toko Mitra (Toko yang bekerja sama dengan perusahaan), menentukan kemasan yang baik, menentukan pangsa pasar yang efektif dan seluas-luasnya, meningkatkan produktifitas serta memilih karyawan yang mampu mengubgraid skill. (2) Jenis Saluran Distribusi yang digunakan oleh Perusahaan Rokok Dua Dewi Yaitu Saluran Distribusi Tradisional/Sistem Distribusi Tidak Langsung. (3) Perusahaan Rokok Dua Dewi menggunakan berbagai macam metode promosi diantaranya, Pembukaan pasar (digunakan pada saat awal perusaan dua dewi didirikan), Personal selling, Pengiklanan melalui radio, Program Taster/ Sampling. (4) Dalam Control/Pengawasan Pemasaran Perusahaan menemukan beberapa kendala yaitu Persaingan Harga dilapangan yang ditanggulangi dengan menggunakan intel perusahaan yang selalu memonitoring persaingan harga dilapangan, serta kendalan Kualitas produksi dengan selalu mengevaluasi kualitas tembakau dari petani-petani, serta terus mengontrol berapa banyak rokok yang dala m produksi mengalami kerusakan.

Kata Kunci: Manajemen Pemasaran, Volume/Jumlah Penjualan

ABSTRACT

Thesis with the title "Marketing Management in Increasing the Number of Cigarette Sales (Case Study at PR. Dua Dewi, Tanggulkundung Village, Besuki District, Tulungagung Regency)" was written by Sindhy Devia Salma Bella, NIM 12402183211, supervisor Prof. Dr. Ahmad Tanzeh, M.Pd.I.

The background of this research is the Dua Dewi Cigarette Company in determining appropriate and effective marketing management in order to be able to make good and mature marketing plans. With proper and effective marketing management, it will increase the sales volume of a product so that it affects the success or failure of a business that has been run.

This study uses a qualitative approach and this type of research is descriptive research. Data collection methods used are interviews, observation, and documentation. The data analysis technique in this study uses data condensation, data presentation and conclusion drawing. As for checking the validity of the data using credibility, transferability test, dependability test, confirmability test.

The results of this study are (1) the Marketing Planning of the Dua Dewi Cigarette Company in increasing the volume / number of sales, namely determining very affordable product prices with excellent quality, in addition to determining Mitra Stores (stores that work with the company), determining good packaging, determine effective and widest market share, increase productivity and select employees who are able to upgrade skills. (2) The type of distribution channel used by Dua Dewi Cigarette Company is the Traditional Distribution Channel/Indirect Distribution System. (3) The Dua Dewi Cigarette Company uses various promotional methods including, Market opening (used at the time the company was founded), Personal selling, Advertising via radio, Taster/Sampling Programs. (4) In Control/Supervision of Marketing, the Company finds several obstacles, namely Price Competition in the field which is overcome by using company intelligence which always monitors price competition in the field, as well as problems in production quality by always evaluating the quality of tobacco from farmers, and continuously controlling how many cigarettes are produced. in production is damaged.

Keywords: Marketing Management, Sales Volume/Amount