

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul Analisis Bauran Pemasaran Dalam Peningkatan Penjualan Usaha *Home Industry* Aneka Beton UD Syafaat, ini ditulis oleh Fatimah Rahayu Lestari, NIM 12402183195, dengan dosen pembimbing Dr. Ali Mauludi AC. M.A.

Penelitian ini dilatar belakangi pada analisis mengenai bauran pemasaran dalam peningkatan penjualan. Bauran pemasaran tersebut dibagi menjadi strategi produk, strategi harga, strategi promosi, dan strategi lokasi. Strategi tersebut memberikan pengaruh terhadap peningkatan penjualan usaha secara efektif, efisien dan menjadi maksimal pada suatu usaha. Fokus masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah (1) bagaimana strategi produk dalam peningkatan penjualan usaha aneka beton? (2) bagaimana strategi harga dalam peningkatan penjualan usaha aneka beton? (3) bagaimana strategi promosi dalam peningkatan penjualan usaha aneka beton? (4) bagaimana strategi lokasi dalam peningkatan penjualan usaha aneka beton?.

Penelitian ini menggunakan bentuk penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan deskriptif untuk memahami sebuah fenomena sosial maupun masalah dan gejala yang ada dan disajikan dalam bentuk verbal dan dilakukan pendekripsi. Penelitian ini terfokus berdasarkan data yang diperoleh dengan sumber data berupa data primer dan sata sekunder. Data yang diperoleh berupa data gambar, dokumen, wawancara. Teknik analisis data dengan menggunakan reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan maupun verifikasi data. Pengecekan keabsahan termuan dalam penelitian ini dilakukan dengan perpanjangan kehadiran peneliti, triangulasi, dan bahan referensi.

Hasil penelitian ini adalah dalam strategi pemasaran pada peningkatan penjualan melakukan strategi pemasaran yang mengacu pada bauran pemasaran salah satunya adalah strategi produk yang mengutamakan kualitas dan desain produk beton. Peningkatan penjualan melalui strategi produk tersebut berarti menunjukkan bahwa strategi produk dari usaha aneka beton UD Syafaat memberikan pengaruh terhadap kualitas produknya. Karena produk beton pada UD Syafaat ini sangat berkualitas dan tentunya efektif dalam mencapai strategi produk. Strategi harga mengarah pada persaingan harga, harga yang bersandart, potongan harga, harga yang sesuai dengan kualitas produk, dan harga yang terjangkau. Strategi promosi mengarah pada promosi yang dilakukan dari mulut ke mulut. Startegi lokasi mencakup beberapa hal antara lain letak strategis, mudah dicari melalui maps.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Peningkatan Penjualan, Home Industry

ABSTRACT

The thesis entitled Marketing Mix Analysis in Increasing Sales of Home Industry Business Miscellaneous Concrete UD Syafaat, was written by Fatimah Rahayu Lestari, NIM 12402183195, with supervisor Dr. Ali Mauludi AC. M.A.

This research is backgrounded in the analysis of the marketing mix in increasing sales. The marketing mix is divided into product strategy, pricing strategy, promotion strategy, and location strategy. This strategy has an influence on increasing business sales effectively, efficiently and to the maximum in a business. The focus of the problems contained in this study is (1) what is the product strategy in increasing sales of various concrete businesses? (2) what is the price strategy in increasing the sales of various concrete businesses? (3) what is the promotion strategy in increasing sales of various concrete businesses? (4) what is the location strategy in increasing sales of various concrete businesses?.

This research uses a form of qualitative research that uses a descriptive approach to understand a social phenomenon as well as existing problems and symptoms and presented in verbal form and carried out in a short description. This research is focused on data obtained with data sources in the form of primary and secondary data. The data obtained are in the form of image data, documents, interviews. Data analysis techniques using data reduction, data presentation, drawing conclusions and data verification. Checking the validity of the terms in this study was carried out by extending the presence of researchers, triangulation, and reference materials.

The results of this study are in marketing strategies on increasing sales, carry out marketing strategies that refer to the marketing mix, one of which is a product strategy that prioritizes the quality and design of concrete products. The increase in sales through the product strategy means that the product strategy of UD Syafaat's various concrete business has an influence on the quality of its products. Because the concrete products at UD Syafaat are of high quality and are certainly effective in achieving product strategies. The pricing strategy leads to price competition, leaning prices, rebates, prices that match the quality of the product, and affordable prices. The promotion strategy leads to the promotion carried out by word of mouth. Location strategy includes several things including strategic location, easy to find through maps.

Keywords : Marketing Mix, Increased Sales, Home Industry