

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus PT Tri Mulya Onix Di Desa Wates Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung)” ini ditulis oleh Egedya Yahya Ristanti, Nim. 12402173347, pembimbing Muhammad Aqim Adlan, M.E.I

Penelitian ini dilatar belakangi dengan adanya wabah Covid-19 yang terjadi tidak hanya di Indonesia bahkan di seluruh dunia. Permasalahan tersebut mengakibatkan kendala-kendala yang berdampak pada seluruh aspek kehidupan manusia. Di Indonesia pandemi mengakibatkan melemahnya ekonomi yang berpengaruh pada kegiatan industri seperti yang dialami oleh PT Tri Mulya Onix. Pada masa pandemi banyak perusahaan batu marmer yang gulung tikar, berbeda dengan PT Tri Mulya Onix yang tetap sanggup mempertahankan usahanya.

Fokus penelitian ini adalah: (1) Bagaimana peran *marketing mix* sebagai upaya untuk mengatasi kendala pada PT Tri Mulya Onix pada saat pandemi? (2) Apa kendala yang terjadi PT Tri Mulya Onix dalam meningkatkan volume penjualan pada masa pandemi? (3) Apa dampak pemasaran pada PT Tri Mulya Onix dimasa pandemi?. Tujuan dari penelitian ini antara lain: (1) Mengetahui peran *marketing mix* sebagai upaya untuk mengatasi kendala pada PT Tri Mulya Onix. (2) Mengetahui kendala yang terjadi PT Tri Mulya Onix dalam meningkatkan volume penjualan pada saat pandemi. (3) Mengetahui dampak pemasaran pada PT Tri Mulya Onix.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, jenis penelitian deskriptif. Data-data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer maupun sekunder, data ini diperoleh peneliti melalui wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data adalah kondensasi data, tampilan data, simpulan/verifikasi.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa, (1) Peran *marketing mix* sebagai upaya untuk mengatasi kendala pada PT Tri Mulya Onix pada masa pandemi dengan menggunakan empat strategi pemasaran yaitu: a) Proses, b) Harga, c) Promosi, d) People. (2) kendala yang dialami oleh PT Tri Mulya Onix dalam meningkatkan volume penjualan pada masa pandemi antara lain: a) Dengan adanya kebijakan pemerintah seperti lockdown mengakibatkan terkendalanya kegiatan ekspor dan impor. b) Terkendalanya kegiatan ekspor impor karena ekonomi belum stabil. c) Kebijakan pemerintah mengakibatkan harga operasional barang menjadi naik, dan pengiriman barang terkendala karena naiknya harga transportasi pengiriman barang. d) Kapal container tidak bisa kirim barang karena kurang muatan. (3) dampak pemasaran pada PT Tri Mulya Onix di masa pandemi antara lain: a) Kegiatan Ppkm mengakibatkan perubahan jadwal kerja karyawan, sehingga barang yang diproduksi menjadi berkurang. b) Distribusi menjadi berkurang, yang disebabkan oleh berkurangnya pesanan produk

Kata Kunci : *Marketing Mix*, Pandemi Covid-19, Volume Penjualan

ABSTRACT

Thesis with the title "The Analysis Of Mix Marketing In Increasing Sales Volume (Case Study of PT Tri Mulya Onix In Wates Village, Campurdarat Distric, Tulungagung Regency)" was written by Egedya Yahya Ristanti, Nim. 12402173347, mentor Muhammad Aqim Adlan, M.E.I

This research was motivated by the Covid-19 outbreak that occurred not only in Indonesia but also throughout the world. These problems result in obstacles that have an impact on all aspects of human life. In Indonesia, the pandemic resulted in a weakening of the economy which affected industrial activities as experienced by PT Tri MulyaOnix. During the pandemic, many marble stone companies went out of business, in contrast to PT Tri MulyaOnix, which was able to maintain its business.

The focus of this research is (1) What is the role of the marketing mix as an effort to overcome obstacles to PT Tri Mulya Onix during the pandemic? (2) What are the obstacles faced by PT Tri Mulya Onix in increasing sales volume during the pandemic? (3) What is the impact of marketing on PT Tri Mulya Onix during the pandemic? The objectives of this study include (1) Knowing the role of the marketing mix as an effort to overcome obstacles at PT Tri Mulya Onix. (2) Knowing the obstacles faced by PT Tri Mulya Onix in increasing sales volume during the pandemic. (3) Knowing the impact of marketing on PT Tri Mulya Onix.

This study uses a qualitative approach, type of descriptive research. The data used in this study are primary and secondary data, this data was obtained by researchers through interviews and documentation. Data analysis techniques are data condensation, data display, verification.

From the results of this study, it was found that, (1) the role of the marketing mix as an effort to overcome obstacles at PT Tri Mulya Onix during the pandemic by using four marketing strategies, namely: a) Process, b) Price, c) Promotion, d) People. (2) the obstacles experienced by PT Tri Mulya Onix in increasing sales volume during the pandemic, among others: a) The existence of government policies such as the lockdown resulted in obstacles to export and import activities. b) The export-import activities are constrained because the economy is not yet stable. c) Government policies resulted in the operational price of goods being expensive, and the delivery of goods was constrained due to rising prices for transportation of goods delivery. d) Container ships cannot deliver goods due to lack of cargo. (3) the impact of the pandemic on marketing at PT Tri Mulya Onix during the pandemic, among others: a) PPKM activities result in changes to employee work schedules. b) Distribution is reduced, due to reduced product order.

Keywords: Marketing Mix, Covid-19 Pandemic, Sales Volume