

ABSTRAK

Skripsi dengan judul Strategi Pemasaran dalam Menjaga Stabilitas Penjualan pada Bisnis Jual Beli Motor dan Mobil Bekas (Studi kasus pada Arto Moro Motor Desa Tiudan Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung)” ditulis oleh Anggi Fajar Prasetya, NIM.12405193144, Prodi Manajemen Bisnis Syariah, Jurusan Bisnis dan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung yang dibimbing oleh Dr. Refki Rusyadi, S.S., M.Pd.I.

Semua perusahaan atau organisasi, tentu mempunyai suatu tujuan sendiri-sendiri untuk memotivasi produknya dari proses berdirinya hingga sekarang ini. Demikian pula dengan *Showroom* motor dan mobil bekas Arto Moro Motor tentu saja memiliki tujuan, strategi dan manajemen dalam menjaga stabilitas penjualan dan meningkatkan penjualan produknya. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menarik konsumen adalah dengan melakukan strategi *marketing mix*.

Tujuan penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah (1) Bagaimana strategi pemasaran untuk mempertahankan stabilitas penjualan yang dilakukan oleh *Showroom* Arto Moro Motor? (2) Bagaimana kendala dan solusi dari strategi pemasaran untuk mempertahankan stabilitas penjualan yang dilakukan oleh *Showroom* Arto Moro Motor?

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan metode deskriptif. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Peneliti melakukan pengecekan ulang untuk mendapatkan data yang diperoleh dan menggunakan teknik triangulasi, dengan tujuan untuk mendapatkan kevalidan data. Setelah itu, menganalisisnya melalui reduksi data dan pembuatan kesimpulan.

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran dalam mempertahankan stabilitas dan meningkatkan penjualan yang diterapkan oleh *Showroom* Arto Moro Motor lebih ditekankan pada strategi bauran pemasaran yang meliputi strategi produk, harga, promosi, dan distribusi. Strategi bauran pemasaran yang digunakan oleh *Showroom* Arto Moro Motor berjalan dengan baik, buktinya dari awal berdiri sampai sekarang ini penjualannya terus meningkat, semakin banyak karyawan dan pelanggan. Dalam melakukan kegiatan strategi pemasaran *Showroom* Arto Moro Motor terdapat kendala yang dihadapi, baik kendala internal maupun kendala eksternal, kendala internal seperti bahan baku motor yang sulit, adanya makelar yang bermitra dengan *Showroom* Arto Moro Motor kurang baik atau tidak jujur. Sedangkan kendala eksternal yaitu kurangnya promosi via sosial media terutama Instagram dan tiktok. Namun kendala-kendala tersebut mampu teratasi dengan baik melalui beberapa strategi yang dilakukan oleh *Showroom* Arto Moro Motor dengan penerapan strategi pengecekan produk sebelum di beli dan dijual oleh *Showroom* Arto Moro Motor, dan perekrutan karyawan untuk marketing.

Kata Kunci: Penjualan, Produk, Strategi pemasaran

ABSTRACT

Thesis with the title Marketing Strategy in Maintaining Sales Stability in the Business of Buying and Selling Motorcycles and Used Cars (Case study on Arto Moro Motor Tiudan Village, Gondang District, Tulungagung Regency)" written by Anggi Fajar Prasetya, NIM.12405193144, Sharia Business Management Study Program, Department of Business and Management, Faculty of Islamic Economics and Business, Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung State Islamic University who was supervised by Dr. Refki Rusyadi, S.S., M.Pd.I.

All companies or organizations, of course, have their own goals to motivate their products from the process of their establishment until now. Likewise, the Arto Moro Motor motorbike and used car showroom, of course, has objectives, strategies and management in maintaining sales stability and increasing product sales. One way that can be done to attract consumers is to do a marketing mix strategy.

The research objectives in writing this thesis are (1) How is the marketing strategy to maintain sales stability carried out by the Arto Moro Motor Showroom? (2) What are the constraints and solutions of the marketing strategy to maintain sales stability carried out by the Arto Moro Motor Showroom?

This type of research is a qualitative research with a type of field research using a descriptive method approach. In collecting data researchers used the method of observation, interviews, and documentation. Researchers double-checked to obtain the data obtained and used triangulation techniques, with the aim of obtaining data validity. After that, analyzing it through data reduction and making conclusions.

Based on the results of data analysis, it can be concluded that the marketing strategy in maintaining stability and increasing sales implemented by the Arto Moro Motor Showroom places more emphasis on the marketing mix strategy which includes product, price, promotion and distribution strategies. The marketing mix strategy used by the Arto Moro Motor Showroom is going well, the proof is that from its inception until now sales have continued to increase, more and more employees and customers. In carrying out the marketing strategy activities of the Arto Moro Motor Showroom, there were obstacles encountered, both internal and external constraints, internal constraints such as difficult raw materials for motorbikes, the presence of brokers who partnered with the Arto Moro Motor Showroom who were not good or dishonest. While external constraints are the lack of promotion via social media, especially Instagram and tiktok. However, these obstacles were able to be overcome properly through several strategies carried out by the Arto Moro Motor Showroom by implementing a strategy of checking products before being bought and sold by the Arto Moro Motor Showroom, and recruiting employees for marketing.

Keywords: *Marketing strategy, Products, Sales*