

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UD Kepuhjaya Impala Desa Kepuhrejo Kecamatan Ngantru Kabupaten Tulungagung” ini ditulis oleh Diyah Nurramadhani, NIM. 12402193343, pembimbing Dr. Muhammad Aswad, M.A.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih, pemanfaatan media sosial sangat berpengaruh terhadap pemasaran dalam suatu produk usaha. Hal ini dapat menjadikan pemasaran produk dapat lebih meluas serta mampu meningkatkan penjualan. Penjualan yang semakin meningkat tersebut tidak lepas dari penggunaan strategi pemasaran yang tepat. Dengan banyaknya manfaat dari teknologi yang semakin canggih para pelaku usaha khususnya UD Kepuhjaya Impala semakin mudah menawarkan produknya ke para konsumen. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah 1) Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada UD Kepuhjaya Impala. 2) Bagaimana hasil penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada UD Kepuhjaya Impala.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif jenis deskriptif. Sumber data yang diperoleh adalah data primer dan sekunder yang diperoleh langsung dari Pemilik UD Kepuhjaya Impala, karyawan, dan konsumen. dan sumber data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, dan lain-lain. Teknik pengumpulan data digunakan peneliti menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam teknik analisis data terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Strategi bauran pemasaran 4P yang dilakukan UD kepuhjaya impala yaitu dengan selalu menjaga kualitas produk, memberikan harga produk yang standar agar produknya mudah dijangkau oleh para konsumen, tempat lokasi usaha yang strategis dan untuk pendistribusian produk di distribusikan melalui para agen dan seles, promosi yang dilakukan melalui media sosial facebook. 2) Hasil dari penerapan strategi bauran pemasaran 4P yaitu terjadi peningkatan pada penjualan UD Kepuhjaya Impala yang dikarenakan gencarnya promosi yang telah dilakukan melalui media sosial facebook, namun pada perusahaan ini juga mengalami penurunan penjualan. Penurunan penjualan tersebut terjadi karena PPKM dan menghambat kegiatan dalam pendistribusian produk, tetapi permasalahan tersebut hanya sementara saja, selanjutnya penjualannya tetap meningkat hingga sekarang.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Volume Penjualan

ABSTRACT

The thesis with the title "Marketing Strategy in Increasing Sales Volume at UD Kepuhjaya Impala, Kepuhrejo Village, Ngantru District, Tulungagung Regency" was written by Diyah Nurramadhani, NIM. 12402193343, supervisor Dr. Muhammad Aswad, M.A.

This can make product marketing more widespread and increase sales. The increasing sales cannot be separated from the use of the right marketing strategy. With the many benefits of increasingly sophisticated technology, business actors, especially UD Kepuhjaya Impala, find it easier to offer their products to consumers. The problem formulation in this research is 1) What is the marketing strategy for increasing sales volume at UD Kepuhjaya Impala. 2) What are the results of implementing marketing strategies in increasing sales volume at UD Kepuhjaya Impala.

This research uses a descriptive qualitative approach. The data sources obtained are primary and secondary data obtained directly from the owner of UD Kepuhjaya Impala, employees and consumers. and secondary data sources are obtained from books, journals, etc. Researchers used data collection techniques using observation, interviews and documentation. Data analysis techniques consist of data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions.

The results of this research show that: 1) The 4P marketing mix strategy carried out by UD Kepuhjaya Impala is by always maintaining product quality, providing standard product prices so that the products are easily accessible to consumers, strategic business locations and product distribution through the agents and sales, promotions carried out via social media Facebook. 2) The result of implementing the 4P marketing mix strategy is that there has been an increase in sales of UD Kepuhjaya Impala due to the intensive promotions that have been carried out through social media Facebook, but this company has also experienced a decline in sales. The decline in sales occurred due to PPKM and hampered activities in product distribution, but this problem was only temporary, then sales continued to increase until now.

Keywords: Marketing Strategy, Marketing Mix, Sales Volume