

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi *Marketing* dalam Meningkatkan Penjualan pada PT. Dquantities Maju Sejahtera Blitar” ini ditulis oleh Livia Syalu Nur Diansari, NIM 126405213232, dibawah bimbingan Bapak Dr. Muhammad Aswad, M.A.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Penjualan

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya persaingan yang ketat dalam industri makanan , khususnya dalam produk olahan sambal. PT. Dquantities merupakan salah satu pelaku baru dalam industri ini menghadapi tantangan persaingan yang semakin ketat, membuat perusahaan mengalami ketidakstabilan dalam penjualannya. Melalui penerapan strategi *marketing* berupa *segmenting*, *targeting*, *positioning*, dan *marketing mix* 4P, perusahaan berusaha untuk menghadapi tantangan tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk 1) menganalisis strategi *marketing* dalam meningkatkan penjualan pada PT. Dquantities Maju Sejahtera; 2) mengetahui analisis SWOT pada PT. Dquantities Maju Sejahtera; dan 3) mengetahui strategi *marketing* melalui analisis matrik SWOT dalam meningkatkan penjualan pada PT. Dquantities Maju Sejahtera.

Penelitian dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, *observasi*, dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sedangkan untuk penyusunan strategi *marketing* menggunakan analisis matrik SWOT.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *marketing* yang diterapkan oleh PT. Dquantities belum maksimal. Hal ini dikarenakan *positioning* perusahaan belum kuat, tidak adanya toko *offline*, dan promosi yang kurang maksimal sehingga menyebabkan ketidakstabilan penjualan perusahaan. Dengan demikian diperlukan adanya penyesuaian strategi *marketing* untuk meningkatkan penjualan, hal ini dilakukan melalui analisis SWOT. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa perusahaan berada di posisi kuadran II, dimana perusahaan menghadapi berbagai ancaman, namun masih memiliki kekuatan internal sehingga mendukung untuk melakukan strategi diversifikasi. Berdasarkan matrik analisis SWOT strategi yang cocok digunakan yaitu strategi ST berupa melakukan diversifikasi (penambahan produk dan perluasan pasar), memperkuat *branding* dan diferensiasi, meningkatkan efisiensi produksi, dan menjalin kerjasama jangka panjang dengan berbagai pemasok.

ABSTRACT

This thesis, entitled "Marketing Strategy to Increase Sales at PT. Dquantities Maju Sejahtera Blitar," was written by Livia Syalu Nur Diansari, NIM 126405213232, under the supervision of Dr. Muhammad Aswad, M.A.

Keywords: *Marketing Strategy, SWOT Analysis, Sales*

This research is motivated by the intense competition in the food industry, particularly in processed chili products. PT. Dquantities is a new player in this industry and is facing increasingly tight competition, resulting in unstable sales performance. Through the implementation of marketing strategies such as segmenting, targeting, positioning, and the 4P marketing mix, the company strives to address these challenges.

The objectives of this research are: 1) To analyze the marketing strategy used to increase sales at PT. Dquantities Maju Sejahtera; 2) To examine the SWOT analysis of PT. Dquantities Maju Sejahtera; and 3) To identify appropriate marketing strategies through a SWOT matrix analysis to increase sales at PT. Dquantities Maju Sejahtera.

This research employs a qualitative approach with a descriptive research design. data collection techniques include in-depth interviews, observation, and documentation.. The data analysis process involves data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions, while marketing strategy formulation is carried out using SWOT matrix analysis.

The findings of this study indicate that the current marketing strategy implemented by PT. Dquantities is not yet optimal. This is due to weak company positioning, the absence of offline stores, and inadequate promotional efforts, all of which contribute to unstable sales. Therefore, adjustments to the marketing strategy are necessary to improve sales performance, which can be guided by SWOT analysis. The SWOT analysis results show that the company is positioned in quadrant II, where it faces various threats but still possesses internal strengths, making it suitable to pursue a diversification strategy. Based on the SWOT matrix analysis, the appropriate ST strategy includes diversifying products and expanding the market, strengthening branding and differentiation, improving production efficiency, and establishing long-term partnerships with various suppliers.