

ABSTRAK

Skripsi berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UD Rimba Sentosa Desa Sumberingin Kidul Kecamatan Ngunut Tulungagung” yang ditulis oleh Rosyidin Yusuf, NIM. 12405173108, dengan dosen pembimbing Siswahyudianto, M.M

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ketatnya persaingan usaha antara pelaku usaha, maka pada setiap perusahaan besar maupun kecil dituntut untuk lebih memperhatikan strategi pemasarannya. Setiap perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang tepat dan efektif agar tujuannya tercapai.

Fokus penelitian dalam skripsi ini yaitu (1) Bagaimanakah perencanaan strategi pemasaran yang dilakukan UD Rimba Sentosa Desa Sumberingin Kidul Kecamatan Ngunut dalam meningkatkan volume penjualan?, (2) Bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan UD Rimba Sentosa Desa Sumberingin Kidul Kecamatan Ngunut dalam meningkatkan volume penjualan ?, (3). Bagaimanakah pengendalian strategi pemasaran yang dilakukan UD Rimba Sentosa Desa Sumberingin Kidul Kecamatan Ngunut dalam meningkatkan volume penjualan

Tujuan dari penelitian adalah 1) Memaparkan perencanaan strategi pemasaran yang dilakukan UD Rimba Sentosa Desa Sumberingin Kidul Kecamatan Ngunut dalam meningkatkan volume penjualan; 2) Memaparkan pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan UD Rimba Sentosa Desa Sumberingin Kidul Kecamatan Ngunut dalam meningkatkan volume penjualan; 3) Memaparkan pengendalian strategi pemasaran yang dilakukan UD Rimba Sentosa Desa Sumberingin Kidul Kecamatan Ngunut dalam meningkatkan volume penjualan

Penelitian ini adalah penelitian lapangan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, dokumentasi, dan wawancara. Data primer diperoleh dari produsen resmi mesin parut listrik serbaguna (*electric grater*) sedangkan data sekunder diperoleh dari buku-buku yang berkaitan dengan penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Perencanaan strategi pemasaran yang dilakukan UD Rimba Sentosa Desa Sumberingin Kidul Kecamatan Ngunut dalam meningkatkan volume penjualan dilakukan dengan memperhatikan unsur-unsur strategi pemasaran berupa *segmentasi pasar*, *targeting*, dan *positioning*; 2) strategi Pemasaran yang diterapkan dalam meningkatkan volume penjualan parut listrik serbaguna di UD Rimba Sentosa Desa Sumberingin Kidul Kecamatan Ngunut Tulungagung menggunakan menerapkan strategi bauran pemasaran atau yang dikenal dengan sebutan 7P diantaranya, produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evedence*); 3) Pengendalian pemasaran yang dilakukan UD Rimba Sentosa melakukan pengawasan dengan menggunakan pengendalian operasional termasuk memeriksa kinerja yang sedang berlangsung terhadap rencana tahunan dan mengambil tindakan perbaikan kalau perlu dengan tujuan untuk memastikan adanya peningkatan volume penjualan.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Volume penjualan

ABSTRACT

This thesis is entitled " Marketing Strategy in Increasing Sales Volume at UD Rimba Sentosa Desa Sumberingin Kidul Kecamatan Ngunut Tulungagung " written by Rosyidin Yusuf, NIM.12405173108, with the supervising lecturer Siswahyudianto, M.M.

This research is motivated by the increasingly fierce business competition between business actors, so every large and small company is required to pay more attention to its marketing strategy. Every company must have an appropriate and effective marketing strategy in order for its goals to be achieved.

The focus of research in this thesis is (1) How is the marketing strategy planned by UD Rimba Sentosa, Sumberingin Kidul Village, Ngunut District in increasing sales volume?, (2) How is the marketing strategy implemented by UD Rimba Sentosa, Sumberingin Kidul Village, Ngunut District in increasing sales volume? ?, (3). How to control the marketing strategy carried out by UD Rimba Sentosa, Sumberingin Kidul Village, Ngunut District in increasing sales volume.

The aims of the research are 1) to describe the marketing strategy planning carried out by UD Rimba Sentosa, Sumberingin Kidul Village, Ngunut District in increasing sales volume; 2) Describe the implementation of the marketing strategy carried out by UD Rimba Sentosa, Sumberingin Kidul Village, Ngunut District in increasing sales volume; 3) Describe the control of the marketing strategy carried out by UD Rimba Sentosa, Sumberingin Kidul Village, Ngunut District in increasing sales volume.

This research is field research. Data collection methods used are observation, documentation, and interviews. Primary data was obtained from the official manufacturer of electric graters, while secondary data was obtained from books related to research

Based on the results of the study, it shows that: 1) The marketing strategy planning carried out by UD Rimba Sentosa, Sumberingin Kidul Village, Ngunut District in increasing sales volume is carried out by taking into account the elements of the marketing strategy in the form of market segmentation, targeting and positioning; 2) The marketing strategy implemented in increasing the volume of sales of multi-purpose electric grates at UD Rimba Sentosa, Sumberingin Kidul Village, Ngunut Tulungagung District uses a marketing mix strategy or what is known as the 7P including, product, price, place. and promotion, people, process and physical evidence; 3) Marketing control carried out by UD Rimba Sentosa supervises using operational controls including checking ongoing performance against the annual plan and taking corrective action if necessary with the aim of ensuring an increase in sales volume

Keywords: Marketing Strategy, Sales Volume