

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Penerapan Strategi *Promotion Mix* Sebagai Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Industri Marmer pada PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung” ini ditulis oleh Ulfie Hidayah, NIM. 1742143290, pembimbing Muhamad Aqim Adlan, M.E.I

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya pesaing bisnis industri marmer di seluruh Indonesia dalam memenuhi kebutuhan manusia. Dengan meningkatnya pesaing bisnis tersebut, PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung menerapkan Strategi *Promotion Mix* sebagai upaya meningkatkan volume penjualan. Selain itu, PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung merupakan salah satu industri marmer terbaik di Indonesia dengan kualitas produk yang dimilikinya.

Fokus masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana penerapan strategi *promotion mix* pada PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung untuk meningkatkan volume penjualan, (2) Bagaimana kendala-kendala yang dihadapi oleh PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung dalam menerapkan *promotion mix*, (3) Bagaimana upaya dalam mengatasi permasalahan kendala yang dihadapi PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung dalam menerapkan *promotion mix*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data-data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer maupun sekunder, data ini diperoleh peneliti melalui wawancara dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa, (1) Penarapan strategi *promotion mix* untuk meningkatkan volume penjualan industri marmer pada PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung yaitu meliputi periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*publisistas*), penjualan langsung (*personal selling*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*), (2) Kendala yang dialami oleh PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung dalam menerapkan *promotion mix* guna meningkatkan volume penjualan industri marmer dibagi menjadi dua, yaitu kendala internal meliputi: kurangnya sumber daya manusia, ketidakpastian ketersediaan bahan baku, dan rusaknya mesin produksi. Kendala eksternal meliputi: bahan bantu produksi secara impor, meningkatnya persaingan baru, dan menurunnya tingkat konsumen. (3) Upaya yang dilakukan PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung dalam mengatasi kendala *promotion mix* guna meningkatkan volume penjualan industri marmer dibagi menjadi dua, yaitu upaya megatasi kendala internal meliputi: menambah jumlah tenaga kerja, menyediakan mesin baru, dan menyimpan produk sebagai barang cadangan. Upaya mengatasi kendala eksternal meliputi: meningkatkan harga produk, meningkatkan kualitas barang, dan menerapkan strategi penjualan.

Kata Kunci: *Promotion Mix*, Volume Penjualan

ABSTRACT

Thesis entitled "Application of Promotion Mix Strategy as Efforts to Increase Marble Industry Sales Volume at PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung "Was Written by Ulfy Hidayah, NIM. 1742143290, mentor Muhamad Aqim Adlan, M.E.I

This research is based on that too many business competitors in marble industry Indonesia to meet the human needs. Increase of business competitors, PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung implements Promotion Mix Strategy as an effort to increase sales volume. In addition, PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung is the best one of marble industry in Indonesia with the products quality which they own.

The problem focus of this research are (1) how to implementation promotion mix strategy at PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung to increase sales volume, (2) How to faced the problem by PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung in applying promotion mix, (3) How efforts to overcome the problems constraints faced by PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung in applying promotion mix. The research method uses descriptive qualitative. The data used in this research are primary and secondary data, this data obtained by researcher through interview and documentation.

The results of this research found that, (1) Planning promotion mix strategy to increase the sales volume of the marble industry at PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung includes advertising, sales promotion, publicity, direct selling, and direct marketing, (2) problem which did by PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung in applying promotion mix to increase the sales volume of marble industry PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung is divided into two, namely internal constraints includes: lack of human resources, uncertainty of raw materials availability, and destruction of production machinery. External constraints include: production auxiliary materials on an import basis, increased new competition, and declining consumer levels. (3) The Efforts who did by PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung in problem overcoming to promotion mix to increase the sales volume of marble industry is divided into two, namely efforts to overcome the internal constraints includes: increasing the number of workers, providing new machines, and store products as reserves. Efforts to overcome external problem, include: increasing product prices, improving the quality of goods, and applying sales strategies.

Keywords: *Mix Promotion, Sales Volume*