

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Dealer Mitsubishi PT. Prabasonta Berlian Motor Madiun dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan” ini ditulis oleh Sarifudin Zubaidi, NIM. 17402153303, pembimbing Bapak Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh salah strategi pemasaran merupakan komponen yang sangat penting bagi suatu perusahaan. Strategi pemasaran bertujuan untuk meningkatkan penjualan suatu produk, sehingga keberlangsungan suatu perusahaan dapat berjalan dengan baik. Persaingan yang semakin luas menyebabkan harus adanya strategi pemasaran yang dapat membuat usahanya tetap berkembang. Supaya berhasil, perusahaan harus melakukan tugasnya melebihi pesaing dalam memuaskan konsumen sasaran. Maka dari itu, strategi pemasaran harus disesuaikan menurut kebutuhan konsumen maupun kebutuhan strategi pesaing dan juga perlu strategi pemasaran yang benar-benar efektif untuk meningkatkan penjualan produk suatu perusahaan.

Fokus penelitian dalam penulisan skripsi ini yaitu : 1) Bagaimanakah strategi Pemasaran yang dilakukan oleh Dealer Mitsubishi Prabasonta Berlian Motor Madiun?, 2) Bagaimanakah strategi pemasaran yang dilakukan oleh Dealer Mitsubishi Prabasonta Berlian Motor Madiun dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan?, 3) Bagaimanakah kendala strategi pemasaran Prabasonta Berlian Motor Madiun?, 4) Bagaimanakah solusi strategi pemasaran Prabasonta Berlian Motor Madiun dalam menghadapi kendala pemasaran?.

Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan jenis pendekatan penelitian kualitatif dengan penelitian studi kasus. Pengumpulan data menggunakan teknik *snowball sampling*, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan untuk analisisnya, menggunakan tiga tahapan berupa reduksi data, paparan data, penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Strategi pemasaran oleh Dealer Mitsubishi PT. Probosonta Madiun yaitu pemilihan pasar yang baik dengan memilih segmentasi pasar yang tepat, produknya bagus, penentuan harga bersaing, pendistribusian yang optimal dan promosi yang tepat sasaran. (2) Strategi pemasaran yang dilakukan dalam meningkatkan penjualan yaitu menggunakan metode referensi dari konsumen purna beli dan sistem karyawan tidak tetap. (3) Kendala strategi dalam meningkatkan jumlah penjualan tersebut yaitu : kendala sistem referensi purna beli dan kendala sistem makelar/orang ketiga, dan (4) Solusi strategi Pemasaran dalam menghadapi kendala pemasaran tersebut, antara lain : a) Solusi kendala sistem referensi purna beli (menjaga silaturahmi dan menghubungi pembeli purna beli via whatsapp dan bertamu kerumah pembeli purna beli, sekaligus menawarkan produk). b) Solusi kendala sistem makelar/orang ketiga (selalu mengecek harga secara ketat dan berkala, melakukan pendekatan secara personal dengan memberikan THR ketika hari raya, bertamu kerumah orang ketiga, dan selalu berkomunikasi secara intens via sosial media ataupun telpon).

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Produk, Jumlah Penjualan.

ABSTRACT

Thesis with the title "The Marketing Strategy of Product of Mitsubishi Dealer PT. Prabasonta Berlian Motor Madiun in Increasing the Amount of Sales" was written by Sarifudin Zubaidi, Student Registered Number. 17402153303, supervisor : Nur Aziz Muslim, M.H.I.

The background of this research by any marketing strategy is very important component in company. The marketing strategy purposes to increase sales of product, so that the survival of company can run well. Competition is increasingly widespread cause to be their marketing strategy to make its business is still growing. To be successful, companies must perform their duties in a satisfactory outranking target consumers. Therefore, marketing strategy must be tailored to the needs of consumers and the needs of competitors' strategies and also need a marketing strategy that is really effective for increasing sales of company.

The focus of research in the writing of this thesis are : 1) How is the marketing strategy undertaken by Mitsubishi Dealer PT. Prabasonta Berlian Motor Madiun?, 2) How is the marketing strategy undertaken by Mitsubishi Dealer PT. Prabasonta Berlian Motor Madiun in Increasing the Amount of Sales?, 3) How is the marketing strategy constraints of PT. Prabasonta Berlian Motor Madiun?, 4) How is the marketing strategy solutions of PT. Prabasonta Berlian Motor Madiun in the face of marketing constraints?.

The research method in this research use type of qualitative research approach with case study. In collecting the data, researcher used *snowball sampling* technique, observation, interviews, and documentation. As for analysis, using three stages in the form of data reduction, exposure data, the conclusion and verification.

The results of research showed that : (1) The marketing strategy by Mitsubishi Dealer PT. Prabasonta Madiun is good market selection by choosing the right segmentation, good products, competitive pricing, optimal distribution and promotion of the right target. (2) The marketing strategy undertaken in increasing sales that is using the reference method of the consumer after purchasing and employee system is not fixed. (3) The constraints of marketing strategy in increasing the amount of sales are: constraints reference system after purchasing and system constraints broker or third person, and (4) The Solutions of marketing strategy in the resolving of marketing constraints, among others : a) The solution of constraints reference system after purchase (keep in touch and contact the buyer after purchasing via whatsapp and pay a visit to the buyers after purchase, while offering a product). b) The solution of constraints broker system / third person (always check the price closely and regularly, perform a personal approach by providing THR when the holidays, pay a visit to a third person, and always intense communicate via social media, or telephone).

Keywords : Marketing Strategy, Product, the Amount of Sales.