

ABSTRAK

Muhamad Ferdiansyah. 2023. Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Di PT Syah Putra Jaya Utama

Perkembangan dunia usaha pada saat ini menunjukkan adanya gejala persaingan yang semakin meningkat ke arah penguasaan pasar secara luas. Perusahaan besar maupun kecil, saling bersaing dan berpacu untuk merebut tempat pemasaran dengan berbagai macam cara dan usaha supaya perusahaan dapat menjual produk sebanyak-banyaknya pada konsumen yang membutuhkan.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan, diarahkan untuk mencapai sasaran perusahaan yang dapat berupa jangkauan pasar atau tingkat penjualan pada rentang waktu tertentu. Salah satu unsur strategi pemasaran terpadu adalah Marketing Mix.

Segmentasi pasar dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pasar mana yang potensial untuk dijadikan target pasar sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan Strategi segmenting yang dilakukan yaitu di dasarkan pada segmentasi geografis dan demografis. Segmentasi geografis, dalam pemasarannya, produk dan jasa yang ditawarkan tidak hanya menyebar di wilayah tersebut saja melainkan menyebar di wilayah lainnya sebagai wilayah yang potensial dalam membidik pasar sasaran untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sumber data penelitian ini adalah primer Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menganalisis 4p dan segmentasi pasar yang dilakukan oleh PT Syah Putra Jaya Utama

Hasil penelitian bauran pemasaran 4p yang terdiri dari produk, harga, saluran distribusi/ tempat dan promosi yang dilakukan oleh PT Syah Putra Jaya Utama dan juga Segmentasi pasar agar mengetahui tujuan dan targetnya.

PT Syah Putra Jaya Utama diharapkan ke depannya lebih produktif dan lebih menyempurnakan kegiatan terutama mengenai bauran pemasaran yaitu produk, harga, promosi dan distribusi. Dalam hal promosi lebih memperluas jangkauannya baik dalam periklanan maupun media lainnya.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Marketing Mix, Segmentasi Pasar

ABSTRACT

Muhamad Ferdiansyah. 2023. Analisis Starategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Di PT Syah Putra Jaya Utama

The current development of the business world shows symptoms of increasing competition towards broad market domination. Companies, large and small, compete with each other and race to seize marketing space using various methods and efforts so that companies can sell as many products as possible to consumers who need them.

The marketing activities carried out are directed at achieving company targets which can be in the form of market reach or sales levels in a certain time period. One element of an integrated marketing strategy is the Marketing Mix.

The research method used in this study is a descriptive research method with a qualitative approach. The data source of this research is primary with observation and interview data collection techniques. The data analysis technique used in this study is to analyze the 4p and market segmentation carried out by PT Syah Putra Jaya Utama.

Market segmentation is carried out with the aim of finding out which markets have the potential to be used as target markets so that they can increase the number of visits. The segmenting strategy carried out is based on geographic and demographic segmentation. Geographic segmentation, in marketing, the products and services offered are not only spread in that area but are spread in other areas as potential areas in targeting target markets to fulfill consumer wants and needs.

The results of the 4p marketing mix research consisting of product, price, distribution channels/place and promotions carried out by PT Syah Putra Jaya Utama and also market segmentation in order to know the goals and targets.

PT Syah Putra Jaya Utama is expected to be more productive in the future and further perfect its activities, especially regarding the marketing mix, namely product, price, promotion and distribution. In terms of promotion, it further expands its reach both in advertising and other media.

Keywords: Marketing Strategy, Marketing Mix, Market Segmentation