

Abstrak

Pemasaran merupakan strategi yang dilakukan secara efektif, dan dapat dilihat melalui tingkat stabilnya penjualan, apakah lebih baik atau menurun. Penelitian ini bertujuan untuk Menganalisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Tambang Pasir pada CV. Alka di Lumajang. Penelitian ini akan menggunakan jenis penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang digunakan sebagai upaya dalam menyelidiki suatu fenomena yang tengah terjadi. Jenis penelitian yang diterapkan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran yang dilakukan tambang pasir pada CV. Alka dalam meningkatkan volume penjualan. Strategi pemasaran dapat dianalisis dengan cara mendeskripsikan berdasarkan pelaksanaan 4P (product, price, place, and promotion). Data pada penelitian ini yaitu menggunakan data primer dan data sekunder. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, dokumentasi dan pustaka. Pada teknik penyampaian data dilakukan dengan melalui reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan atau verifikasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya kekuatan yang dapat digunakan sebagai strategi pemasaran dengan memanfaatkan peluang yang tepat dengan cara membuka lahan baru sebagai upaya meningkatkan volume penjualan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Volume Pasir



Abstract

Marketing is a strategy that is carried out effectively, and can be seen through the stable level of sales, whether it is better or lower. This study aims to analyze the marketing strategy in increasing the sales volume of sand mining at CV. Alka in Lumajang. This study will use a descriptive type of research, namely research that is used as an effort to investigate a phenomenon that is currently happening. The type of research applied is descriptive research with a qualitative approach. This study focuses on the marketing strategy carried out by sand mining at CV. Alka in increasing sales volume. Marketing strategy can be analyzed by describing based on the implementation of the 4Ps (product, price, place, and promotion). The data in this study used primary data and secondary data. The data collection techniques were carried out through interviews, documentation and literature. In the technique of delivering data, it is done through data reduction, data presentation, and conclusions or verification. The results of this study indicate that there are strengths that can be used as a marketing strategy by taking advantage of the right opportunities by opening new land as an effort to increase sales volume.

Keywords: Marketing Strategy, Sand Volume

