

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK AIR MINUM DALAM KEMASAN TRIPANCA DI LAMPUNG

(Studi Kasus Pada PT. Prabutirta Jaya Lestari)

Aloisius Gonzaga Sanctus Narendra

2019112185

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dan untuk menganalisis analisis SWOT PT. Prabutirta Jaya Lestari. Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui dan untuk mengetahuinya menggunakan rumus *lemeshow* dan didapatkan skor 100 untuk jumlah respodennya. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi, dokumentasi, dan kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif bauran pemasaran 4P dan analisis SWOT. Strategi 4P yang sudah dilakukan oleh perusahaan yaitu strategi produk *diversification product*, strategi harga *competition-based pricing*, strategi tempat pabrik yang dibangun dekat dengan pasar, dan strategi promosi *advertising, personal selling, public relation, dan direct marketing*. Metode pengujian langkah-langkah uji analisis SWOT, yaitu menggunakan Matriks IFAS, Matrik EFAS, diagram cartesius, dan matriks SWOT. Hasil uji matrik IFAS (2,9) dan hasil uji matriks EFAS (3,00). Berdasarkan hasil tersebut digambarkan posisi PT. Prabutirta Jaya Lestari berada di kuadran 1 *Growth* yang artinya tumbuh dan berkembang. Dari hasil matriks SWOT, strategi yang harus dipertahankan yaitu strategi SO (*Strength Opportunities*) dengan cara meningkatkan reputasi agar menjaga hubungan baik dengan konsumen, memanfaatkan lokasi strategis agar menciptakan produk air yang segar dan memaksimalkan promosi yang sudah diterapkan.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Analisis SWOT

**ANALYSIS OF MARKETING STRATEGY IN INCREASING THE SALES
VOLUME OF DRINKING WATER PRODUCTS IN PACKAGING
TRIPANCA LAMPUNG**

(Case Study At PT. Prabutirta Jaya Lestari)

Aloisius Gonzaga Sanctus Narendra

2019112185

Abstract

The purpose of this research is to evaluate PT. Prabutirta Jaya Lestari's SWOT analysis and marketing strategy. This research is a qualitative research. In order to determine the research population, the Lemeshow formula was used, and a score of 100 was produced for the proportion of respondents, sampling utilizing a purposive sampling approach and non-probability sampling technique. Procedures for collecting data were questionnaires, observations, documentation, and interviews. The 4P marketing mix descriptive analysis and SWOT analysis were the data analysis methods in this research. The company has implemented a 4P strategy that includes product diversification, competitive pricing, building a plant close to the market, and advertising, personal selling, public relations, and promotion techniques for direct marketing. Using the IFAS Matrix, EFAS Matrix, Cartesian Diagram, and SWOT Matrix. The results of IFAS matrix test (2.9) and EFAS matrix test (3.00) According to these findings, PT. Prabutirta Jaya Lestari occupies quadrant 1 Growth, which denotes growth and development. According to the findings of the SWOT analysis, the SO (Strength Opportunities) strategy must be maintained by enhancing reputation in order to maintain positive relationships with customers, utilizing strategic locations to produce new products, and maximizing promotions that have already put into a place.

Keywords: Marketing Strategy, Marketing Mix, SWOT Analysis