

ABSTRAK

Nia Artika Melinda, NIM 7162210005. “Strategi Bauran Pemasaran Dalam meningkatkan Volume Penjualan Ekspor Kopi Gayo Pada KBQ Baburrayan Takengon Dengan Pendekatan Analisis SWOT” skripsi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan 2020.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis bagaimana strategi pemasaran yang digunakan oleh Koperasi Baitul Qiradh (KBQ) Baburrayan dalam meningkatkan volume penjualan ekspor nya. Metode penentuan sampel dilakukan secara purposive dengan menganalisis strategi bauran pemasaran (*product, price, place, promotion*) yang telah digunakan perusahaan. Penelitian ini selain dianalisis menggunakan deskriptif kualitatif juga menggunakan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*). Analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi seberapa besar kekuatan dan kelemahan yang dimiliki lingkungan internal perusahaan maupun peluang dan ancaman di lingkungan eksternal perusahaan. Dengan analisis SWOT akan dapat menghasilkan adanya beberapa alternatif strategi dalam pengambilan keputusan yang baik untuk dijalankan.

Hasil penelitian ini menunjukkan nilai skor IFAS 3.43 yang menunjukkan posisi internal perusahaan yang kuat, dan nilai skor EFAS 3,19 menunjukkan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cukup baik dan menghindari ancaman-ancaman di pasar industrinya. Pada diagram Cartesius menunjukkan posisi perusahaan dalam keadaan agresif yaitu sangat menguntungkan bagi perusahaan. Adapun strategi pemasaran yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan penjualan adalah meningkatkan volume produksi untuk memenuhi permintaan konsumen.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Volume Penjualan, Analisis SWOT

ABSTRACT

Nia Artika Melinda, NIM 7162210005 “Marketing Mix Strategy In Increasing Gayo Coffe Export Sales Volume at KBQ Baburrayyan Takengon With the Approval of SWOT Analysis” thesis Departement of Management, Faculty of Economics Medan State University 2020.

This research aims to analyze marketing strategic of Baitul Qiradh Cooperative Baburayyan inside to increase sales volume in export. The sample determination method is using by purposive with analyze marketing mix strategies (product, price, place, promotion) that used by company. This research qualitative descriptive that used SWOT analysis (Strenght, Weakness, Opportunity, Threat). SWOT analysis used for evaluate how much strengths and weakness the company's internal environment as well as threats and opportunities in the company's external environment. SWOT analysis will provide several alternative strategies for decision making.

These results indicate score of IFAS 3.43 that strong internal company position, and EFAS 3,19 indicate that the company responds to the opportunities quite well and avoids threats in industrial market. In the Cartesian diagram shows the company's position in an aggressive state that is very profitable for the company. The strategy used by the company to increase sales is to increase production volume to fill up consumer demand.

Keywords : Marketing Mix, Sales Volume, SWOT Analysis