

ABSTRAK

Alfadly Juarsa, NIM 7162210004. “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume penjualan Di Era *New Normal* Pada Rey Café Jalan Tuamang Medan” skripsi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan 2022

ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis bagaimana strategi pemasaran yang digunakan oleh Rey Café Medan dalam meningkatkan volume penjualan di era *new normal*. Metode penentuan sampel dilakukan secara purposive dengan menganalisis strategi bauran pemasaran (produk, tempat, promosi, dan bukti fisik) yang telah digunakan perusahaan. Penelitian ini selain dianalisis menggunakan deskriptif kualitatif juga menggunakan analisis SWOT (Kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman). 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 3.095 yang menunjukkan posisi internal perusahaan yang kuat, dan nilai skor EFAS 3,129 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 strategi pemasaran yang memperhatikan protokol kesehatan di tengah pandemi covid- 19.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Volume Penjualan, Analisis SWOT

ABSTRACT

Alfadly Juarsa, NIM 7162210004. "Analysis of Marketing Strategy in Increasing Sales Volume in the New Normal Era at Rey Café, Jalan Tuamang Medan" thesis of the Department of Management, Faculty of Economics, State University of Medan 2022

The marketing strategy used by Rey Café Medan in increasing sales volume in the new normal era. The method of determining the sample is done purposively by analyzing the marketing mix strategy (product, place, promotion, and physical evidence) that has been used by the company. In addition to being analyzed using descriptive qualitative, this research also uses a SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats). SWOT analysis is used to evaluate the strengths and weaknesses of the company's internal environment. This study aims to find out and analyze how as well as the opportunities and threats in the company's external environment. With a SWOT analysis will be able to produce several alternative strategies in making good decisions to run.

The results of this study show the IFAS score of 3,095 which shows the company's internal position is strong, and the EFAS score of 3,129 shows that the company responds to the opportunities that exist quite well and avoids threats in its industrial market. The Cartesian diagram shows the company's position in an aggressive state, which is very profitable for the company. The marketing strategy used by the company to increase sales is to increase marketing strategies that pay attention to health protocols in the midst of the COVID-19 pandemic.

Keywords : Marketing Mix, Sales Volume, SWOT Analysis