

ABSTRAK

KRISTIN, Perumusan Strategi Pemasaran Keramik Dinding Mulia Vanda Series Pada CV. Popular Palembang (dibawah bimbingan Ibu Esty Naruliza, SE, MP, dan Bapak Drs. Andreas Sarjono, MM.)

Penelitian ini dilakukan pada CV. Popular Palembang yang merupakan distributor tunggal keramik merk Mulia, yang daerah pemasarannya mencakup wilayah Sumatera Selatan, Pagar Alam, Jambi, Bengkulu, Lahat, Bangka dan Belitung. Produk yang dijual oleh CV. Popular terbagi atas Keramik lantai dan keramik dinding, dimana keramik lantai lebih banyak permintaannya dibandingkan dengan keramik dinding. Hal ini dikarenakan dalam struktur bangunan yang lebih dominan dipakai adalah keramik lantai sedangkan keramik dinding hanya sebagai pelengkap.

Walaupun keramik dinding sudah dipergunakan pada ruko-ruko atau proyek-proyek bangunan, tetapi penjualan keramik lantai masih jauh lebih tinggi dibandingkan dengan keramik dinding. Diantara keramik dinding yang dipasarkan oleh CV. Popular, keramik dinding Vanda Series lebih banyak permintaannya dibandingkan keramik dinding lainnya. Diharapkan dengan meningkatnya penjualan keramik dinding Vanda Series dapat mengangkat penjualan keramik dinding Mulia yang lain.

Tujuan dari penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pemasaran keramik dinding Vanda Series pada CV. Popular Palembang, sehingga penulis merumuskan beberapa masalah dalam penulisan skripsi ini yaitu untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman dalam merumuskan strategi pemasaran yang tepat untuk memasarkan keramik dinding Mulia Vanda Series.

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan berupa wawancara secara langsung dengan pimpinan dan staf karyawan CV. Popular Palembang dan dokumentasi berupa data-data histories yang berhubungan dengan objek yang diteliti di CV. Popular Palembang. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan berusaha mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang berguna didalam perumusan strategi pemasaran CV. Popular Palembang.

Adapun kekuatan yang dimiliki oleh CV. Popular Palembang dalam memasarkan keramik Mulia khususnya keramik dinding Vanda Series adalah dalam hal produknya dimana keramik Mulia harganya lebih murah selain itu keramik Mulia mendapat tanggapan yang baik dari konsumennya berkenaan dengan motif maupun tipenya, sedangkan kelemahan yang dimiliki oleh CV. Popular Palembang adalah saluran distribusinya. Peluang yang dimiliki oleh CV. Popular Palembang adalah banyaknya dibangun perumahan, ruko-ruko, ataupun proyek-proyek bangunan dimana dewasa ini banyaknya bangunan yang ingin memperindah bangunannya dengan menggunakan keramik dinding daripada cat tembok. Sedangkan ancaman yang dimiliki oleh CV. Popular Palembang adalah dengan adanya pesaing dari perusahaan yang memasarkan produk sejenis.

Agar dapat meningkatkan penjualannya, memperluas pangsa pasar dan bersaing dengan perusahaan yang memasarkan produk sejenis, maka berdasarkan analisis matrik S.W.O.T yang dilakukan, perusahaan dapat mengimplementasikan dengan strategi SO (Strength-Opportunities) yaitu berusaha menangkap setiap peluang pasar dengan kekuatan perusahaan yang dimiliki.