

PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PT ISSU MEDIKA VETERINDO

Oleh :

Irvan Mahendra

NIM : 1168020134

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) bagaimana penerapan strategi pemasaran di PT ISSU Medika Veterindo, (2) peningkatan volume penjualan di PT ISSU Medika Veterindo, (3) Penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan di PT ISSU Medika Veterindo.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kualitatif. Metode ini menetapkan peneliti sebagai instrumen kunci, dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah triangulasi (gabungan). Analisis data bersifat induktif/kualitatif, dimana penekanan hasil penelitian kualitatif adalah pada makna dibandingkan generalisasi. Penelitian ini menggunakan data primer dengan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*) melalui wawancara, pengamatan langsung dan dokumentasi

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan alat uji *Software/perangkat lunak NVivo 12*, dimana perangkat ini akan memudahkan dalam proses pengolahan data dan informasi pada metode kualitatif. Pada variabel strategi pemasaran, berdasarkan hasil pencarian dengan fitur *Word Frequency Query* di NVivo 12 dari berbagai sumber data yang telah diimport, kata “produk”, “perusahaan”, “konsumen”, “pemasaran”, dan “harga” merupakan kata dengan frekuensinya paling banyak muncul dari seluruh sumber data penelitian. diperoleh informasi bahwa strategi pemasaran pada PT ISSU Medika Veterindo dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, diantaranya: produk yang bervariasi dan berkualitas, kepuasan konsumen, pengetahuan konsumen atas produk, kondisi organisasi perusahaan yang sehat, penerapan strategi pemasaran yang tepat dan harga yang mampu bersaing dipasaran.

Adapun pada variabel volume penjualan, berdasarkan hasil pengolahan tersebut terdapat kata “Perusahaan”, “Penjualan”, “Produk”, “Modal”, dan “Pasar”. Yang merupakan kata dengan frekuensinya paling banyak muncul dari seluruh sumber data

penelitian sehingga volume penjualan pada PT ISSU Medika Veterindo dipengaruhi oleh factor-faktor tersebut.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Volume Penjualan

