

ABSTRAK

Eva Leona, 2023: Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Es Teh Indonesia Cabang Tanjungpinang.

Dosen Pembimbing: Hj. Iranita, SE., M.Si dan Kiki Wulandari, SE., MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat dilakukan oleh unit usaha Es Teh Indonesia Cabang Kota Tanjungpinang Kecamatan Bukit Bestari dalam meningkatkan volume penjualan. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Pengambilan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara dan pengamatan langsung di lapangan sehingga dilihat dari data, penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi pemasaran yang dapat di implementasikan adalah, media promosi, distribusi produk, peningkatan penjualan dan peningkatan jumlah konsumen serta efisiensi waktu. Sementara kerugian dari dalam menggunakan strategi pemasaran ini adalah ulasan negatif dan adanya pajak yang harus dibayarkan. Strategi pemasaran memiliki dampak yang efektif dalam meningkatkan penjualan, karena terdapat unsur memanfaatkan teknologi secara maksimal sehingga akan memperluas jangkauan dan distribusi produk semakin luas. Berdasarkan hasil analisis SWOT menunjukkan outlet es teh indonesia cabang kota tanjungpinang kecamatan bukit bestari berada pada kuadran IV, terindikasi berada pada posisi *grow and build*, sedangkan berdasarkan hasil analisis matriks *Boston Councuting Group* (BCG) didapat hasil *market grow rate* sebesar 35,40%, dan *relative market share* sebesar 1,1. Hal ini mengindikasikan prospek pertumbuhan yang tinggi namun pangsa pasar yang rendah.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Volume Penjualan, Analisis SWOT, Matriks *Boston Councuting Group* (BCG)

ABSTRACT

*Eva Leona, 2023: Analysis of Marketing Strategy in Increasing the Sales Volume of Indonesian Iced Tea Tanjungpinang Branch.
Supervisor: Hj. Iranita, SE., M.Si and Kiki Wulandari, SE., MM*

This study aims to determine the appropriate marketing strategy carried out by the Indonesian Ice Tea business unit, Tanjungpinang City Branch, Bukit Bestari District in increasing sales volume. The method used in this research is descriptive qualitative. Data collection was carried out by observation, interviews and direct observation in the field so that judging from the data, this study used primary data and secondary data. The results of this study indicate that marketing strategies that can be implemented are promotional media, product distribution, increased sales and an increase in the number of consumers and time efficiency. While the disadvantages of using this marketing strategy are negative reviews and taxes that must be paid. The marketing strategy has an effective impact on increasing sales, because there is an element of making the most of technology so that it will expand the reach and distribution of products to a wider area. Based on the results of the SWOT analysis, the Indonesian ice tea outlet, Tanjungpinang city branch, Bukit Bestari sub-district, is in quadrant IV, indicating that it is in the position grow and build, while based on the results of matrix analysis Boston Councuting Group (BCG) results were obtained market grow rate of 35.40%, and relative market share as big as 1.1. This indicates high growth prospects but low market share.

Keywords: *Marketing Strategy, Sales Volume, SWOT Analysis, Boston Councuting Group (BCG) Matrix*