

ANALISIS *MARKETING MIX* DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN EKSPOR PADA CV MEKAR JAYA

Dania^[1], Yohanes Anton Nugroho^[2]

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains & Teknologi, Universitas Teknologi Yogyakarta,
Jl. Glagahsari No 63, Kampus 2 Universitas Teknologi Yogyakarta, D.I.Yogyakarta, Indonesia 55164
e-mail: daniaaa3101@gmail.com, yohanesanton@uty.ac.id

ABSTRAK

CV Mekar Jaya adalah salah satu perusahaan yang berdiri di kota Semarang dan bergerak dibidang furniture, fashion dan home decoration. CV Mekar Jaya sudah berdiri selama 4 tahun dan mengalami ketidakstabilan dalam proses penjualan produknya pada tahun 2019, 2020 dan 2021 yang menyebabkan penjualan mereka mengalami penurunan. Dari permasalahan yang terdapat pada CV mekar Jaya maka perlu dilakukan penelitian mengenai analisis pemasaran dan menerapkan strategi pemasaran (*Marketing Mix*) 7P yaitu product, price, place, promotion, packaging, people, process dan dengan melakukan analisis SWOT untuk menganalisis lingkungan internal (*Strength*), (*Weaknees*), dan lingkungan eksternal (*Opportunity*) (*Threats*) dengan tujuan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan pemasaran yang terjadi pada CV Mekar Jaya. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara melakukan wawancara, observasi, penyebaran kuesioner, dan pengamatan. Metode analisis data dilakukan dengan cara menganalisis data pada tabel IFAS dan EFAS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa CV Mekar Jaya harus menerapkan strategi SO (*Growth*) untuk mengatasi permasalahan yang terjadi pada proses pemasarannya seperti memberikan harga produk yang murah dibandingkan harga produk pesaing, memberikan jaminan kualitas yang baik pada setiap produk, melakukan inovasi pada produk yang akan dijual agar memiliki kesan unik sehingga dapat menarik buyer, melakukan promosi pada social media dan penyebaran brosur agar produk lebih dikenal, memberikan tempat produksi yang luas dan nyaman bagi pekerja agar produk yang dihasilkan juga berkualitas, melakukan perbaikan pada kemasan barang agar terhindar dari kecacatan pada produk.

Kata kunci: Marketing MIX, SWOT, Promosi

MARKETING MIX ANALYSIS IN INCREASING EXPORT SALES VOLUME AT CV MEKAR JAYA

Dania^[1], Yohanes Anton Nugroho^[2]

Industrial Engineering Study Program, Faculty of Science & Technology, University of Technology Yogyakarta,
Jl. Glagahsari No 63, Kampus 2 Universitas Teknologi Yogyakarta, D.I.Yogyakarta, Indonesia 55164
e-mail: danialaaa3101@gmail.com, yohanesanton@uty.ac.id

ABSTRACT

CV Mekar Jaya is a company that was established in the city of Semarang and is engaged in furniture, fashion and home decoration. CV Mekar Jaya has been established for 4 years and experienced instability in the sales process of its products in 2019, 2020 and 2021 which caused their sales to decline. From the problems contained in CV Mekar Jaya, it is necessary to do research on marketing analysis and apply the 7P marketing strategy (Marketing Mix) namely product, price, place, promotion, packaging, people, process and by doing a SWOT analysis to analyze the internal environment (Strength), (Weaknees), and the external environment (Opportunity) (Threats) with the aim of providing solutions to marketing problems that occurred at CV Mekar Jaya. The data collection method used in this research is by conducting interviews, observations, distributing questionnaires, and observing. The data analysis method was carried out by analyzing the data in the IFAS and EFAS tables. The results of this study indicate that CV Mekar Jaya must implement an SO (Growth) strategy to overcome problems that occur in the marketing process such as providing low product prices compared to competing product prices, providing good quality assurance for each product, innovating the product in order to have a unique impression so that it can attract buyers, carry out promotions on social media and distribute brochures so that products are better known, provide a spacious and comfortable production area for workers so that the products produced are also of quality, make improvements to the packaging of goods to avoid product defects.

Keywords: Marketing MIX, SWOT, Promotion