

ABSTRACT

Muhammad Baqi, NPM : 202320, Judul “**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA UD MEBEL SULTAN DI KECAMATAN AMUNTAI TENGAH**” dibawah bimbingan ibu Jumai Latte, S. AB, M.A.B., CIQnR

Strategi bauran pemasaran (*marketing mix 4P*) merupakan instrumen taktikal penting yang dapat diimplementasikan pelaku usaha lokal untuk mendongkrak performa penjualan di tengah volatilitas pasar dan akselerasi digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi bauran pemasaran (*marketing mix 4P*) dalam upaya meningkatkan volume penjualan pada UD Mebel Sultan di Kecamatan Amuntai Tengah. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara mendalam dengan pemilik, karyawan, dan pelanggan, serta studi dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UD Mebel Sultan telah menerapkan bauran pemasaran 4P, namun penerapannya belum optimal pada beberapa dimensi. Strategi produk (*product*) unggul dalam ketahanan bahan baku kayu tebal, tetapi kurang variatif dalam mengikuti tren minimalis. Strategi harga (*price*) cenderung kaku dan sangat bertumpu pada negosiasi diskon tunai keras di kasir, sehingga kalah fleksibel dari kompetitor bermodal besar yang menyediakan fasilitas kredit. Strategi tempat (*place*) sangat strategis secara geografis di jalan utama Kandang Halang, namun kapasitas armada pengiriman yang terbatas sering memicu hambatan distribusi fisik. Strategi promosi (*promotion*) merupakan pilar paling lemah karena masih bersifat pasif konvensional tanpa adanya optimalisasi media sosial atau digital marketing resmi. Akibat hambatan internal dan eksternal tersebut, volume penjualan mengalami fluktuasi musiman yang tajam. Penelitian ini merekomendasikan diversifikasi desain produk minimalis, kerja sama dengan lembaga pembiayaan kredit, pembaruan layout display, serta digitalisasi promosi untuk memperluas akuisisi pangsa pasar baru.

Kata Kunci: bauran pemasaran, marketing mix 4P, volume penjualan, industri mebel, strategi pemasaran

ABSTRACT

Muhammad Baqi, NPM : 202320, Title “**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA UD MEBEL SULTAN DI KECAMATAN AMUNTAI TENGAH**” Under the Guidance Of Mrs. Jumai Latte, S. AB, M.A.B., CIQnR

The marketing mix (4Ps) strategy is a vital tactical instrument that local businesses can implement to boost sales performance amidst market volatility and digital acceleration. This study aims to analyze the implementation of the marketing mix (4Ps) strategy in an effort to increase sales volume at UD Mebel Sultan in Amuntai Tengah District. This study employed a descriptive qualitative approach, with data collection techniques comprising passive participant observation, in-depth interviews with the owner, employees, and customers, and documentation. Data analysis was conducted through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The findings indicate that UD Mebel Sultan has implemented the 4Ps marketing mix, but its execution remains sub-optimal across several dimensions. The product strategy excels in raw material durability and thick wood structures but lacks variation in adapting to modern minimalist trends. The pricing strategy tends to be rigid and heavily relies on cash discount negotiations at the register, rendering it less flexible than well-capitalized competitors that offer credit facilities. The place (distribution) strategy benefits from a highly strategic geographical location on the main road of Kandang Halang, yet a limited delivery fleet capacity frequently creates logistical bottlenecks. The promotion strategy is identified as the weakest pillar, remaining passive and conventional, completely devoid of professional social media utilization or official digital marketing channels. Due to these internal and external constraints, sales volume experiences sharp seasonal fluctuations. This research recommends diversifying minimalist product designs, partnering with credit financing agencies, updating showroom layouts, and digitizing promotions to expand new market acquisition.

Keywords: *marketing mix, 4P marketing mix, sales volume, furniture industry, marketing strategy*