

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN VOLUME  
PENJUALAN PRODUK DI MR. DIY PALEMBANG ICON**

**LAPORAN AKHIR**

Untuk Menuhi Sebagian Dari Syarat – Syarat  
Guna Menyelesaikan Pendidikan Program DIII  
Jurusan Manajemen Pemasaran



**Rara Dwi Putri**

**2001150004**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TRIDINANTI**

**2023**

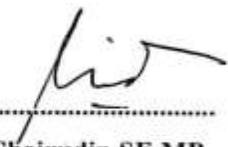
UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN LAPORAN AKHIR

Nama : Rara Dwi Putri  
Nomor Pokok : 2001150004  
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen Pemasaran  
Jenjang Pendidikan : Diploma III (D III)  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Laporan Akhir : Strategi Pemasaran Untuk  
Meningatkan Volume Penjualan  
Di MR.DIY Palembang Icon

Pembimbing Laporan Akhir :

Tanggal : 11-10-2023

Pembimbing I 

Rudi Choirudin SE,MP

NIDN. 0202026201

Tanggal : 09-10-2023

Pembimbing II 

Suharti, SE,MM

NIDN. 0220089501

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

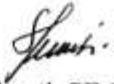
Tanggal : 11-10-2023

  
Dr. Msy. Mikial, M.Si, Ak. CA,CSRS

NIDN. 0205026401

Ketua Program Studi

Tanggal : 09-10-2023

  
Suharti, SE,MM,

NIDN.0220086

UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR

Nama : Rara Dwi Putri  
Nomor Pokok : 2001150004  
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen Pemasaran  
Jenjang Pendidikan : Diploma III (D III)  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Laporan Akhir : Strategi Pemasaran Untuk  
Meningkatkan Volume Penjualan  
di MR DIY Palembang Icon

Penguji Laporan Akhir :

Tanggal : 11-10-2023

Ketua Penguji : 

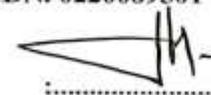
Rudi Choirudin, SE,MP  
NIDN. 020202601

Tanggal : 09-10-2023

Penguji I : 

Suharti, SE,MM  
NIDN. 0220089501

Tanggal : 09-10-2023

Penguji II : 

Herman Efrizal, SE,MM  
NIDN. 202066602

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Tanggal : 11-10-2023

Ketua Program Studi

Tanggal : 09-10-2023

  
Dr. Msy. Mikial, M.Si, Ak. CA,CSRS  
NIDN. 0205026401

  
Suharti, SE,MM  
NIDN. 0220086501

031/PS/DFE/23

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO :**

**Ketika segalanya menjadi sulit, berhentilah sejenak dan lihat ke belakang dan lihat seberapa jauh kamu telah melangkah. Jangan lupa betapa betapa berharganya itu. Kamu adalah bunga yang paling indah, Lebih dari siapapun di dunia ini. –thv**

### **Kupersembahkan Kepada:**

- Mama dan papa tercinta
- Saudara – saudaraku tersayang
- Para pendidiku yang kuhormati
- Teman – teman seperjuangan
- Almamater ku
- Seluruh member BTS

## SURAT PERNYATAAN

Yang Bertanda Tangan di bawah ini :

Nama : Rara Dwi Putri  
Nomor Pokok : 2001150004  
Jurusan/ Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran  
Jenjang Pendidikan : Diploma Tiga (DIII)  
Tempat Tanggal Lahir : Palembang, 10 Juni 2002

Menyatakan Bahwa Laporan Akhir yang dibawah ini :

**Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Produk Di MR  
DIY Palembang Icon**

Merupakan hasil karya saya sendiri dan apabila terbukti sebagai hasil karya orang lain, Saya bersedia menerima segala sanksi yang telah ditetapkan. Demikian Surat Pernyataan Laporan Akhir ini dibuat sebagai mestinya dan benar adanya.

Palembang, Oktober 2023

  
Rara Dwi Putri

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur saya ucapkan kepada Allah S.W.T atas segala rahmat hidayah dan karunia Nya sehinggah saya dapat menyelesaikan Tugas ahir yang berjudul “**Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volumen Penjualan Produk Di MR.DIY Palembang Icon**” dalam waktu yang tepat tanpa adanya halangan yang berarti, menulis laporan ahir adalah salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Ahli Madyah pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridinanti Palembang.

Laporan Ahir ini disusun berdasarkan apa yang telah penulis peroleh pada PT. MR.DIY Palembang icon. Dalam penulisan laporan ahir ini penulis merasa ada hambatan yang dihadapi, namun berkat bantuan, dorongan semangat, serta petunjuk dari segala pihak, laporan ini dapat diselesaikan sebelum waktu yang telah di tentukan. Walaupun hanya berbentuk kata-kata melalui tulisan ini mengucapkan terima kasih sebesar- besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE., MS. Selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE, Msi, AK. CA.CS.RS Selaku dekan fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridinanti Palembang.
3. Ibu Suharti, SE, MM. Selaku Ketua Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Universitas Tridinanti Palembang sekaligus Dosen pembimbing

II yang telah banyak memberikan bimbingan baik langsung maupun tidak langsung sehingga pelaksanaan laporan ahir ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar.

4. Bapak Rudi Choirudin, SE, MP. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan masukan dan saran yang bermanfaat.
5. Kedua orang tuaku tercinta, ayahanda Iskandar Iriansyah dan Ibu Asnah Yunus B,sc yang terus mendoakan anaknya dan memberi dukungan moril maupun material sehingga bisa menyelesaikan laporan akhir ini.
6. Saudara-saudaraku Raka Putra Aorta dan Putri Bunga Kinanti yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
7. Bapak Ricky Febrianto selaku Branch manager dan kepala HRD di MR.DIY Palembang Icon yang telah banyak membantu penulisan dalam menjalankan penelitian ini.
8. Para sahabat dan teman-teman seperjuangan yang telah memberikan semangat satu sama lain..

Semoga ALLAH S.W.T membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Akhirnya penulis berharap semoga Laporan Akhir ini bermanfaat bagi penulis pada khususnya bagi pembaca pada umumnya. Aamiin Allahuma Aamiin.

Palembang, sep 2023

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	4
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	4
1.3.2 Manfaat Penelitia .....	5
1.4 Metode Penelitian .....	

1.4.1	Lokasi Penelitian .....	5
1.4.2	Sumber Data .....	5
1.4.3	Teknik Anelisis Data .....	5
1.5	Sistemtis Penulisan .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>		<b>7</b>
2.1	Pengertian Strategi Secara Umum .....	7
2.2.	Pengertian Strategi Pemasaran Menurut Para Ahli .....	8
2.3	Strategi Pemasaran Produk .....	9
2.4	Fungsi Stratrgi Pemasaran .....	9
2.5	Tujuan Strategi Pemasaran .....	10
2.6	Konsep Strategi Pemasran .....	11
2.7	Analisis SWOT Pada Strategi Pemasaran .....	18
2.8	konsep pemasaran .....	19
2.9	volume pemasaran .....	21
<b>BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAN .....</b>		<b>22</b>
3.1	Sejarah Perusahaan Mr. DIY Palembang Icon .....	22
3.2	Visi Dan Misi Perusahaan .....	23

3.3 Tanah Dan Bangunan .....	24
3.4 Logo Perusahaan .....	25
3.5 Struktur Organime Mr.DIY Palembang Icon.....	25
3.6 Tugas Dan Tanggung Jawab Organime Mr. DIY Palembang Icon.....	26
<b>BAB IV PEMBAHASAN .....</b>	<b>28</b>
4.1 Analisis Starategi Pemasaran Pada Mr. DIY Dalam Meningkatkan Volume Penjualan .....	28
4.2 Analisis SWOT .....	31
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>33</b>
5.1 Kesimpulan .....	33
5.2 Saran .....	33

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar

2.1 Tujuan Strategi Pemasaran .....	
3.1 PT MR. DIY Palembang Icon .....	
3.2 Struktur organisasi perusahaan .....	

## **DAFTAR TABEL**

Tabel

3.1 Jadwal penelitian .....

## **RIWAYAT HIDUP**

**Rara Dwi Putri**, dilahirkan di Palembang pada tanggal 10 juni 2002 dari Ayah Iskandar Iriansyah dan Ibu Asnah Yunus. Ia anak ke tiga dari dua bersaudara.

Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2014 di SDN 142 Palembang Talang Betutu, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2017 di SMPN 11 Palembang Komplek TNI AU Talang betutu, dan selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah ke Atas pada tahun 2020 di SMAN 22 Palembang Talang Kelapa. Pada tahun 2020 ia memasuki Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemn Pemansaran D3 Universitas Tridinanti palembang.

Palembang, 2023

Rara Dwi Putri

## ABSTRAK

**Rara Dwi Putri. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Produk Di PT MR.DIY Palembang Icon. (Dibawah bimbingan Bapak Rudi Choirudin.SE,MP. dan Ibu Suharti SE,MM)**

Penelitian ini bertujuan untuk strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan di MR.DIY. Rencana yang menyeluruh dalam bidang pemasaran dan target pemasaran dalam mencapai tujuan perusahaan melalui bauran pemasaran yang meliputi strategi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh MR.DIY Palembang Icon dalam upaya meningkatkan volume penjualan produk, dan strategi apa yang paling berperan penting dari bauran pemasaran yang digunakan MR.DIY Palembang Icon dalam meningkatkan volume penjualan.

Manfaat penelitian secara akademis sebagai bahan pengembangan dalam bidang pengetahuan dan wawasan bagi peneliti tentang teori-teori mengenai pemasaran di MR.DIY dalam upaya untuk meningkatkan volume penjualan.

Sifat penelitian ini adalah deskriptif data yang diperoleh melalui metode observasi, wawancara, dan dokumen. Dengan hasil temuan dari data yang peneliti temui bahwa strategi pemasaran yang adalah strategi *marketing mix* yang meliputi strategi produk yaitu dengan cara melihat produk apakah layak di jual atau tidak.

Strategi harga yaitu harga yang terjangkau dan dapat dibeli di kalangan masyarakat maupun kalangan atas dan menengah kebawah. Strategi tempat yaitu tempat yang dapat mudah di jangkau oleh kalangan masyarakatan Palembang.

Hasil dari penelitian ini adalah upaya untuk meningkatkan volume penjualannya MR.DIY Palembang Icon menggunakan strategi promosi dan strategi dengan cara mengikuti peranan perkembangan produk yang di jual sedangkan strategi produk sangat mengutamakan inovasi pada produk dan kualitas produk yang tinggi sehingga akan menambah kepuasan konsumen dengan begitu maka konsumen akan ingin kembali untuk membeli produk di MR.DIY.

**Kata kunci: Strategi Pemasaran**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

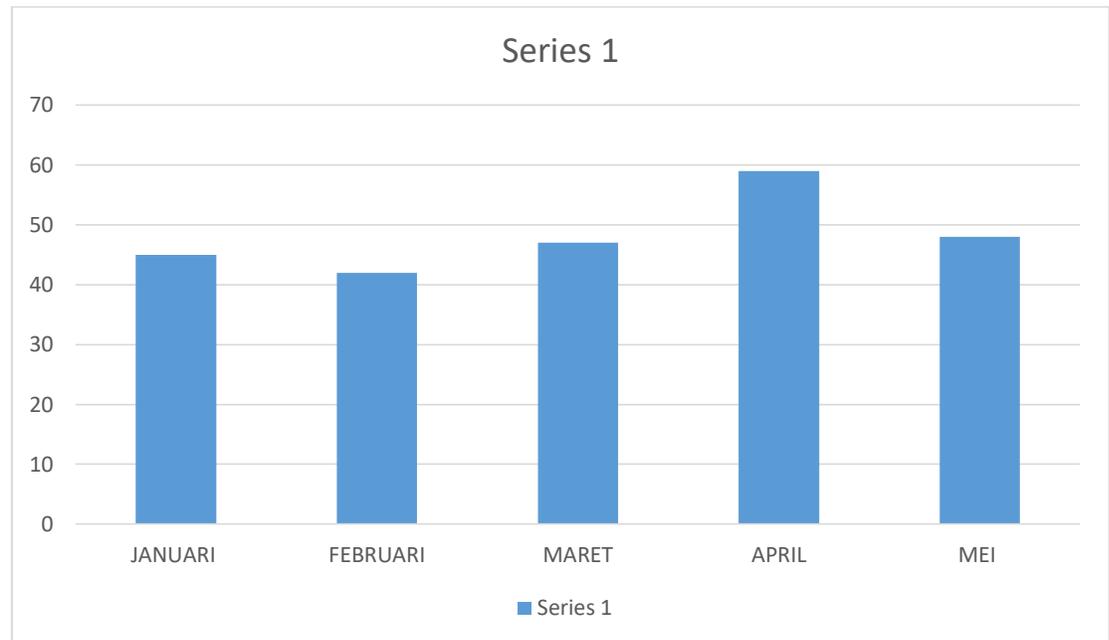
Seiring dengan perkembangan ekonomi yang semakin pesat, maka hal tersebut menimbulkan persaingan diantara berbagai jenis usaha baik yang bergerak di bidang industri, jasa, maupun perdagangan. Untuk itu salah satu upaya yang perlu diwujudkan dalam menghadapi kondisi tersebut adalah setiap perusahaan harus mampu memanfaatkan perkembangan ilmu dan teknologi dengan baik serta merealisasikan tujuan pemasarannya, agar mampu bertahan dan terhindar dari persaingan yang tidak sehat.

Menurut Kotler (2012:146) pengertian manajemen pemasaran adalah sebagai berikut: “manajemen pemasaran adalah penganalisaan, pelaksanaan dan pengawasan program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi.” Hal ini sangat tergantung pada penawaran organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar tersebut serta menentukan harga, mengadakan komunikasi, dan distribusi yang efektif untuk memberitahu, mendorong serta melayani pasar. Mengingat pentingnya peranan pemasaran dalam perusahaan, maka setiap perusahaan harus memiliki strategi bersaing yang baik dan matang dalam dunia usaha, agar dapat menghadapi setiap kondisi yang mungkin terjadi, sehingga perusahaan dapat membaca situasi pasar setiap kondisi yang mungkin terjadi.

Strategi tersebut dapat terbentuk melalui proses perencanaan yang matang yakni seiring dengan perkembangan ekonomi yang semakin pesat, maka hal tersebut menimbulkan persaingan diantara berbagai jenis usaha baik yang bergerak di bidang industri, jasa, maupun perdagangan. Untuk itu salah satu upaya yang perlu diwujudkan dalam menghadapi kondisi tersebut adalah setiap perusahaan harus mampu memanfaatkan perkembangan ilmu dan teknologi dengan baik serta merealisasikan tujuan pemasarannya, agar mampu bertahan dan terhindar dari persaingan yang tidak sehat.

Suatu strategi yang baik yaitu apabila perusahaan tersebut berorientasi pada pemasaran dimana terbentuk atas dasar suatu tujuan yang sama yaitu mencoba untuk menerapkan konsep pemasaran sebagai usaha bersama untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen yang mendatangkan laba bagi perusahaan.

Pada dasarnya perencanaan strategi ditujukan untuk membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya, sebagai hasil yang diperoleh melalui kegiatan pemasaran dimana dari perencanaan strategi tersebut dapat digunakan untuk mengembangkan formula umum mengenai bagaimana perusahaan akan bersaing, apakah yang menjadi tujuan perusahaan, dan kebijakan apakah yang diperlukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan tersebut. Oleh karena itu perencanaan strategi akan sangat dipengaruhi oleh tujuan dari program pemasaran suatu pemasaran. Data laporan penjualan yang hadir pada tahun 2022 per 5 bulan:



Berdasarkan uraian diatas, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian pada MR.D.I.Y Palembang Icon tentang pelaksanaan keragaman tampilan produk, tata letak dan *interior* yang dilakukan oleh MR.D.I.Y Palembang Icon sebagai salah satu bentuk komunitas pemasaran agar konsumen merasa tertarik untuk melakukan pembelian di MR.D.I.Y Palembang Icon. Maka judul penelitian ini adalah **“Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Produk Di MR.D.I.Y Di Palembang Icon.”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti mencoba merumuskan masalah dalam penelitian “Strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan produk di MR.DIY Palembang Icon?”

## **1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui “strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan produk di MR.DIY Palembang Icon.”

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

#### **1. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi dalam usaha meningkatkan volume penjualan produk dan menjadi acuan untuk mengambil tindakan atau melakukan perubahan terutama bagi strategi yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan produk di MR.D.I.Y.

#### **2. Bagi Mahasiswa**

Sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan wawasan, dan pengalaman di dunia kerja di bidang pemasaran, serta referensi bagi mahasiswa-mahasiswa yang selanjutnya dapat ditingkatkan.

#### **3. Bagi Pembaca**

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi untuk menambah pengetahuan dan sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian ilmiah yang akan dilakukan selanjutnya.

## **1.4 Metode Penelitian**

### **1.4.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian dilakukan di PT MR.DIY Palembang Icon yang berlokasi di jalan MR.DIY Palembang Icon beralamat di Palembang Icon, Jl. POM IX No. 01A, Lorok Pakjo. Kec Ilir Barat I, Kota Palembang, Sumatra Selatan.

### **1.4.2 Sumber Data**

#### **a. Data Primer**

Data primer merupakan data yang dikumpulkan dari lapangan dengan melakukan interview dan wawancara kepada HRD atau karyawan pada bagian pemasaran yang mampu memberikan informasi yang dibutuhkan penulis.

#### **b. Data Sekunder**

Data ini merupakan data yang diperoleh dari studi perpustakaan atau buku, internet, dan database perusahaan yang mengenai informasi yang terkait dengan penelitian.

### **1.4.3 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data terdiri dari 3 komponen yaitu:

- a. Observasi, peninjauan secara langsung ke lapangan untuk melengkapi data-data yang penulis perlukan.
- b. Wawancara, dengan mengadakan wawancara terhadap karyawan dan pihak MR.D.I.Y Palembang Icon Mall.

- c. Dokumen, pengumpulan data melalui dokumen atau arsip yang ada pada objek penelitian.

## **1.5 Sistematis Penulisan**

Untuk mempermudah pemahaman laporan ahir ini, akan disajikan sistematis penulisan sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pendahuluan Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematis penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Tinjauan Puataka. Dalam Bab ini di uraikan teori-teori keilmuan, prinsip-prinsip, asumsi-asumsi yang mendasari permasalahan yang diamati.

### **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Gambaran umum objek penelitian, disini akan disajikan data atau hasil penelitian empiris yang menyangkut gambaran umum objek yang diteliti.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Pembahasan Dalam Bab ini dikemukakan pembahasan atau analisa terhadap permasalahan peneliti dengan menggunakan teknik analisa

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan dan Saran dalam bagian ini akan diuraikan ringkasan kesimpulan dari hasil penelitian atau pembahasa

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Amstrong, &, Kotler. (2012) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa  
Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Buchari Alma, (2011), Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan  
Kesembelian, Alfabeth, Bandung
- Daryanto. 2011. Sari Kuliah Manajemen Pemasaran. PT Sarana Tutorial Nurani  
Sejahtera, Bandung..
- Kotler, dan Keller,K.L.2011 Manajemen pemasaran,edisi 13 jilid 1 dan 2, penerbit  
erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip.2012.marketing manajemen/ Philip kotler,Kevin Lane Keller,-  
14thed.

