

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui strategi marketing guna meningkatkan penjualan produk konveksi rubina Surabaya. Yang menjadi titik focus penulis adalah bagaimana strategi marketing yang bisa mendukung keberhasilan penjualan produk konveksi rubina Surabaya ini. penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang mana metode deskriptif dipilih karena penelitian yang dilakukan adalah berkaitan dengan peristiwa-peristiwa yang sedang berlangsung dan berkenaan dengan kondisi masa sekarang. Penentuan sumber data pada orang yang diwawancarai dilakukan secara *purposive*, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Dalam penelitian ini situasi sosial yang diteliti adalah mengenai strategi pemasaran konveksi rubina Surabaya dengan melakukan wawancara terhadap pemilik sekaligus divisi marketing konveksi rubina Surabaya. Konveksi rubina memiliki kemampuan untuk merubah potensi menjadi suatu prestasi dan kinerja yang lebih baik. Sehingga arah kebijakan yang tepat untuk dilaksanakan adalah dengan meningkatkan dan memperbesar peranan konveksi rubina dalam berbagai kegiatan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki sekaligus untuk memperluas peran serta memanfaatkan berbagai peluang. Setelah melakukan pengujian atas hipotesis yang diajukan, maka diperoleh hasil yang signifikan. Berdasarkan hasil analisis faktor strategis internal (IFAS) dan faktor strategis eksternal (EFAS) ditemukan bahwa faktor-faktor kekuatan (*strengths*) mempunyai nilai skor sebesar 3,52 sedangkan faktor-faktor kelemahan (*weaknesses*) mempunyai nilai skor sebesar 1,57, dan hasil analisis terhadap faktor-faktor peluang (*opportunities*) mempunyai nilai skor sebesar 4,83 dan faktor-faktor ancaman (*threats*) mempunyai nilai skor sebesar 3,73. Hal ini menunjukkan bahwa konveksi rubina mempunyai kekuatan yang lebih tinggi dibandingkan faktor kelemahan dalam menentukan strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing dan juga mempunyai peluang yang cukup besar dibandingkan ancaman yang akan timbul. Ini menjawab rumusan masalah yang di cari bahwa untuk meningkan penjualan menggunakan strategi marketing *stable growth*.

Keywords : Strategi marketing, penjualan konveksi rubina

ABSTRACT

This study is intended to determine marketing strategies to increase sales of Surabaya rubina convection products. The focus point of the author is how the marketing strategy can support the successful sales of Surabaya rubina convection products. This research uses a descriptive qualitative approach, in which the descriptive method was chosen because the research carried out is related to current events and with regard to present conditions. Determination of data sources on the interviewee is done purposively, that is chosen with particular consideration and purpose. In this research, the social situation studied is about Surabaya's rubina convection marketing strategy by conducting interviews with the owner and Surabaya rubina's convection marketing division. The rubina convection has the ability to turn potential into better performance and achievement. So that the right policy direction to be implemented is to increase and enlarge the role of rubina convection in various activities in accordance with the capabilities they have as well as to expand their roles and take advantage of various opportunities. After testing the proposed hypothesis, significant results are obtained. Based on the analysis of internal strategic factors (IFAS) and external strategic factors (EFAS) it was found that the strengths factors had a score of 3.52 while the weaknesses factors had a score of 1.57, and the results analysis of opportunity factors (opportunities) has a score of 4.83 and threats factors (threats) has a score of 3.73. This shows that the rubina convection has a higher strength than the weakness factor in determining marketing strategies in increasing competitiveness and also has a considerable opportunity compared to the threats that will arise. This answers the problem formulation that is looking for to increase sales using a stable growth marketing strategy.

Keywords: Marketing strategy, rubina convection sales