

ABSTRAK

Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Batu Bata pada CV. Alfatah Prambatan Kidul Kudus, Zaenal Abidin, 1420320010, Manajemen Bisnis Syariah, 2018.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan batu bata pada CV. Alfatah Prambatan Kidul Kudus. Untuk mengetahui kendala dan solusi strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan batu bata pada CV. Alfatah Prambatan Kidul Kudus. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu melakukan penelitian di lapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Secara umum, strategi pemasaran batu bata yang diproduksi CV. Alfatah Prambatan Kidul Kudus dilakukan dengan cara sales atau bagian marketing yang berkeliling baik ke rumah-rumah yang sedang membangun maupun ke toko-toko bahan bangunan untuk menawarkan produk batu-bata batu bata. Dasar-dasar yang digunakan dalam menetapkan segmen pasar yaitu jenis konsumen perorangan dan konsumen kelompok. Konsumen perorangan yang dimaksud adalah orang yang akan membangun bangunan. Sedangkan konsumen kelompok yaitu toko-toko bangunan yang jumlah pemesanannya berkisar 10.000 batu bata setiap harinya. Cara mengembangkan profit yaitu untuk konsumen perorangan biasanya CV. Alfatah Prambatan Kidul Kudus menjual dengan harga yang lebih mahal dibandingkan kepada konsumen kelompok. Untuk konsumen perorangan harga batu bata super untuk setiap 1.000 bata adalah Rp. 830.000 sedangkan untuk konsumen kelompok harganya Rp. 800.000. Kendala dialami berkaitan dengan pemasaran batu bata yaitu kurangnya modal yang digunakan untuk operasional produksi batu bata. Kemudian kendala yang kedua adalah karakter konsumen, untuk konsumen kelompok yang pembayarannya bisa ditangguhkan kadang yang dibayar hanya separuh saja. Untuk mengatasi kekurangan modal CV. Alfatah Prambatan Kidul Kudus mengajukan pinjaman modal ke bank Mandiri dengan jumlah nominal Rp. 750 juta yang diangsur selama 10 tahun. Sedangkan untuk mengatasi karakter konsumen yang nakal, CV. Alfatah Prambatan Kidul Kudus mensiasatinya dengan cara mendatangi secara terus menerus ke toko yang bersangkutan.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran, Penjualan.*