

ABSTRAK

Perusahaan PT Sinar Group Leather memiliki kekurangan dalam strategi pemasaran digital dan media sosial, kurangnya iklan media online yang efektif untuk mengenalkan produk lebih luas. padahal saat ini rata-rata masyarakat Indonesia banyak menggunakan *e-commerce* seperti shopee, lazada, tokopedia untuk melakukan pembelian produk yang mereka inginkan. Adanya platform pemasaran digital ini dapat digunakan sebagai media bisnis yang nantinya mampu meningkatkan penjualan dari usaha tersebut. Penelitian ini membahas mengenai bagaimana analisis strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT Sinar Group Leather dengan menerapkan pendekatan bauran pemasaran 4P.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi strategi bauran pemasaran 4P pada PT Sinar Group Leather. Metode penelitian yang digunakan merupakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Sinar Group Leather fokus terhadap 5 atribut yaitu variasi, kualitas, merek, ukuran dan pelayanan selanjutnya dari segi harga dianggap baik dan sebanding dengan kualitas produk yang diberikan. untuk atribut tempat atau saluran distribusi PT Sinar Group Leather mengoptimalkannya dari segi internal perusahaan seperti menggunakan teknologi *barcode*, adanya sistem manajemen gudang untuk pemantauan stock secara real time, dan juga memastikan akurasi inventaris, selanjutnya dari segi promosi PT Sinar Group Leather melakukannya dengan memberikan penawaran menarik seperti adanya potongan harga bagi pelanggan setia dan pelanggan baru.

Kata Kunci: Pemasaran, *E – Commerce*, *Marketing Mix*

ABSTRACT

The company PT Sinar Group Leather has shortcomings in digital marketing strategies and social media, lack of effective online advertising to recognize products to a wider, even though currently the average Indonesian uses a lot of e-commerce such as shopee, lazada, tokopedia to purchase the products they want. The existence of this digital marketing platform can be used as a business media that will be able to increase sales from the business.

This study discusses how to analyze the marketing strategy carried out by PT Sinar Group Leather by applying the 4P marketing mix approach. This study aims to determine how the implementation of the 4P marketing mix strategy at PT Sinar Group Leather. The research method used is a qualitative research method with data collection techniques through observation and interviews. The results showed that PT Sinar Group Leather focuses on 5 attributes, namely variety, quality, brand, size and service, then in terms of price or price is considered good and comparable to the quality of the products provided. for the place attribute or distribution channel PT Sinar Group Leather optimizes it in terms of internal companies such as using barcode technology, the existence of a warehouse management system for monitoring stock in real time, and also ensuring inventory accuracy.

Keyword: Marketing, Marketing Mix, E- Commerce