

## ABSTRAK

Rizal Abdul Choliq, NIM: 211209 dengan judul “**Marketing Plan Sebagai Upaya Pencapaian Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Konveksi Zacky’s Collection**”. Skripsi jurusan Syariah dan Ekonomi Islam studi Manajemen Bisnis Syariah (MBS) STAIN Kudus 2016.

Latar belakang dari penelitian ini adalah proses pelaksanaan pemasaran yang mengalami penurunan penjualan dalam pelaksanaannya *Marketing Plan* Sebagai Upaya Pencapaian Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Konveksi Zacky’s Collection, Dari data penjualan, mulai tahun 2012 – 2014 Zacky’s Collection mengalami penurunan penjualan. Hal tersebut mengharuskan pemasar untuk membuat strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan. Disinilah pentingnya *Marketing Plan* bagi perusahaan, Perusahaan harus membuat sebuah *Marketing Plan* yang memiliki langkah yang jelas dan terarah guna meraih kesuksesan mereka. Khususnya, apabila mereka menginginkan kesuksesan tersebut terjadi dalam jangka waktu yang panjang dan berkesinambungan.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis pelaksanaan *Marketing Plan* sebagai upaya meningkatkan penjualan pada pemasaran Konveksi Zacky’s Collection untuk mengetahui pelaksanaan Rencana yang sudah dibuat.

Metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, dimana penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode naturalistik. Pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi yang diperoleh dari responden yang terkait dengan penelitian dan analisis datanya menggunakan teknik reduksi data, penyajian data dan kesimpulan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, Dari hasil penelitian diatas maka analisis mengenai *Marketing Plan* Sebagai Upaya Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan di Konveksi Zacky’s Collection masing mengalami penurunan Omzet Penjualan.

*Startegi Pemasaran* belum bisa semaksimal mungkin meningkatkan jumlah Konsumen pada Konveksi Zacky’s Collection, setelah melakukan promosi seharusnya Marketing melakukan pengukuran hasil promosi, agar Marketing mengetahui antara konsumen yang tertarik pada promosinya dengan konsumen yang tidak tertarik pada promosinya. Pengukuran hasil promosi bisa dilakukan oleh marketing dengan cara sebagai berikut : apakah mereka mengenali/ingat akan pesan?, berapa kali mereka melihatnya?, point apa yang mereka ingat?, dan bagaimana perasaan mereka tentang pesan?

Perencanaan pemasaran merupakan kegiatan merumuskan usaha-usaha yang akan dilakukan dalam bidang pemasaran pada masa yang akan datang, dalam rangkaian pencapaian tujuan dan sasaran yang diharapkan di bidang pemasaran. Penerapan perencanaan pemasaran yang telah dirancang demi mensukseskan pemasaran produk Konveksi Zacky’s Collection telah berjalan dengan baik, apalagi didukung dengan berbagai aktivitas sosial untuk lebih menarik simpati masyarakat, khususnya yang bersifat religius akan mendapat nilai lebih dimata masyarakat. Di karenakan perusahaan Konveksi Zacky’s Collection berdiri di tengah-tengah masyarakat pedesaan yang mayoritas beragama muslim

maka kebanyakan aktivitas sosial yang dilakukan oleh Konveksi Zacky's Collection erat kaitannya dengan peringatan hari besar islam.

Saran untuk Konveksi Zacky's Collection Implementasi perencanaan pemasaran yang dilakukan Konveksi Zacky's Collection diharapkan dapat bertahan pada proses pemasaran maupun manajemen sehingga dapat menciptakan kinerja marketing yang lebih unggul. Zacky's Collection juga harus mempunyai ide desain atau model baru tanpa harus menunggu model tren yang sudah berjalan dipasaran, ini dimaksudkan agar konveksi Zacky's Collection tidak kalah saing dalam pemasaran.

***Kata Kunci: Marketing Plan, Strategi Pemasaran, Omzet Penjualan***

