ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN BUKU PADA PT. LITERINDO BERKAH KARYA-PENERBIT DAN PERCETAKAN MALANG

ANTONIZIO MANUEL DOSANTOS BELO

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Nur Ida Iriani, MM

DesenPembimbing Pendamping : Moh Askiyanto, SE., MM

Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi

UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI MALANG

antoniziobelo@gmail.com

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT Literindo Berkah Karya Penerbit dan Percetakan Malang dalam meningkatkan penjualan buku melalui Platform Media Sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan pihak yang terkait dalam kegiatan pemasaran. Data yang diperoleh kemudian dianalisis melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Literindo Berkah Karya menerapkan strategi pemasaran dengan menggunakan konsep bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, distribusi, dan promosi. Dari segi produk, perusahaan menekankan kualitas isi dan kualitas fisik buku yang diterbitkan. Dari segi harga, perusahaan menetapkan harga yang disesuaikan dengan kualitas buku serta memberikan potongan harga untuk menarik minat pembeli. Dari segi distribusi, buku dipasarkan melalui toko buku serta melalui platform Media Sosial sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Sementara itu, kegiatan promosi dilakukan melalui media sosial untuk memperkenalkan produk kepada konsumen.Penerapan strategi pemasaran tersebut dapat membantu meningkatkan penjualan buku, memperluas jangkauan pasar, serta menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan demikian, pemanfaatan pemasaran digital melalui Media Sosial menjadi salah satu strategi yang efektif dalam meningkatkan penjualan buku pada PT Literindo Berkah Karya Penerbit dan Percetakan Malang.

Kata kunci: *Strategi pemasaran, bauran pemasaran, Media Sosial, penjualan buku.*

NALYSIS OF MARKETING STRATEGIES IN INCREASING BOOK SALES AT PT. LITERINDO BERKAH KARYA-PUBLISHING AND PRINTING MALANG

ANTONIZIO MANUEL DOSANTOS BELO

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Nur Ida Iriani, MM

DesenPembimbing Pendamping : Moh Askiyanto, SE., MM

Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi

UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI MALANG

antoniziobelo@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the marketing strategies implemented by PT Literindo Berkah Karya Publishing and Printing Company in Malang to increase book sales through social media platforms. This research uses a qualitative method with a descriptive approach. Data collection techniques were carried out through observation, interviews, and documentation involving parties related to marketing activities. The data obtained were then analyzed through the processes of data reduction, data presentation, and conclusion drawing.

The results of the study show that PT Literindo Berkah Karya applies a marketing strategy based on the marketing mix concept, which includes product, price, distribution, and promotion. In terms of product, the company emphasizes both the content quality and the physical quality of the books it publishes. In terms of price, the company sets prices according to the quality of the books and offers discounts to attract customers. In terms of distribution, the books are marketed through bookstores as well as social media platforms, allowing the company to reach a wider market. Meanwhile, promotional activities are conducted through social media to introduce products to consumers.

The implementation of these marketing strategies helps increase book sales, expand market reach, and attract consumer interest in making purchases. Therefore, the use of digital marketing through social media is considered an effective strategy for increasing book sales at PT Literindo Berkah Karya Publishing and Printing Company in Malang.

Keywords: *Marketing strategy, marketing mix, Social Media, book sales.*