

TUGAS AKHIR

Strategi Penjualan Pada PT. Tiga Laskar Beton Selama Masa Pandemi Covid-19

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Manajemen Pemasaran dari Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



Fajri Adrianto, SE, M. Bus, Ph.D
198005292005011003

**Program Studi Manajemen Pemasaran
Program Diploma III Fakultas Ekonomi
Universitas Andalas
2022**

ABSTRAK

Semenjak virus *covid-19* telah menyebar di negara Indonesia, pemerintahan mengeluarkan suatu kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) yang menyebabkan perekonomian terhadap penjualan semakin menurun. Seperti PT. Tiga Laskar Beton yang mengalami penurunan terhadap penjualan. Melihat keadaan penjualan yang semakin menurun maka PT. Tiga Laskar Beton membuat sebuah strategi penjualan agar penjualannya semakin meningkat. Tujuan dari sebuah penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mempelajari strategi penjualan pada PT. Tiga Laskar Beton selama masa pandemi *covid-19*.

Penelitian yang digunakan oleh penulis bersifat kualitatif dengan cara mengamati serta mewawancarai pihak manajer maupun karyawan di PT. Tiga Laskar Beton. Metode tersebut dipilih oleh penulis, agar mengetahui strategi apa yang akan dikembangkan oleh perusahaan tersebut.

Strategi yang akan digunakan oleh PT. Tiga Laskar Beton meliputi 4p (produk, harga, lokasi, dan promosi). Sebelum *ready mix concrete* dipasarkan, maka *ready mix concrete* harus terlebih dahulu diuji kualitas, pengujian kualitas tersebut dilakukan dengan 2 cara yaitu pengujian berskala dan teknik sampel. Tujuan dilakukan pengujian tersebut untuk mengetahui kualitas dari material yang telah di campurkan.

Kata Kunci : Penjualan, Strategi Penjualan