UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau

ABSTRAK

***Winda Ramela Gusniarni .S. (2017)*: *Strategi Pemasaran Marketing Mix TV Berlangganan Pada PT. Puti Kabel Nana (PKN) Pekanbaru Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau Menurut Ekonomi Islam*.**

Latar belakang dalam masalah ini adalah, PT. PKN yang bergerak dalam bidang jasa pemasangan TV Kabel atau TV berbayar ini menggunakan target penjualan disetiap tahunnya. Target dari perusahaan yang ingin dicapai PT. PKN disetiap tahunnya yaitu sebesar 80%. Dan seperti yang terlihat disetiap tahunnya, pesentase sales actual telah mencapai target yang ditetapkan oleh perusahaan. Tetapi sales actual dari tahun ke tahun mengalami kenaikan dan penurunan (Fluktuasi) yang terlihat dari tahun 2014 sales actual sebesar 88% mengalami kenaikan pada tahun 2015 sebesar 91,7% tetapi pada tahun 2016 sales actual mengalami penurunan menjadi 86%. Dengan semakin banyaknya persaingan pada perusahaan TV Berlangganan, maka dalam penelitian ini bagaimana Strategi Pemasaran Marketing Mix TV Berlangganan Pada PT. PKN Pekanbaru, baik itu dari segi kualitas produk, pelayanan, harga, tenaga penjual (sales), tayangan, media promosi dalam meningkatkan jumlah penjualan (langganan).

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana strategi pemasaran Marketing Mix (Bauran Pemasaran) TV Berlangganan pada PT. PKN Pekanbaru dalam meningkatkan penjualan, dan Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran TV Berlangganan pada PT. PKN Pekanbaru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran Marketing Mix(Bauran Pemasaran) TV berlangganan pada PT. PKN Pekanbaru dalam meningkatkan penjualan dan untuk mengetahui tinjauan Ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran TV Berlangganan pada PT. PKN Pekanbaru. Yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah penjual dan pembeli TV Berlangganan atau berbayar, sedangkan yang menjadi objek penelitian ini adalah pelaksanaan strategi pemasaran di PT. PKN Pekanbaru. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan TV berlangganan/berbayar yang berjumlah 35 orang dan 10 pegawai perusahaan dengan menggunakan *random sampling*.

Penelitian ini bersifat lapangan yang dilakukan pada PT. PKN Pekanbaru yang berlokasi di Jl. Kertama Komp. Negeri Bertuah blok C 13 Pekanbaru. Teknik-teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, kuesioner dengan pelanggan TV Berlangganan,ditambah dengan literatur yang berhubungan dengan penelitian ini (studi pustaka). Sedangkan metode analisa data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode*deskriptif kualitatif*.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa Strategi Pemasaran TV Berlangganan pada PT. PKN Pekanbaru secara umum masih belum baik terlihat dari hasil rekapitulasi angket. Dari segi kualitas produk strategi yang dilakukan masih belum baik karena berada pada rentang 0-55% yaitu 38,1%. Dilihat dari segi harga strategi

yang dilakukan sudah cukup baik dan berada pada rentang 56-75% yaitu 65,7%. Dilihat dari segi tempat, promosi, dan pelayanan strategi yang dilakukan masih belum baik karena berada pada rentang 0-55% yaitu 48,6%, 45,7%, dan 45,7%. Dari kelima strategi yang sudah dilakukan oleh PT. PKN, strategi yang paling menonjol dan terbaik persentasinya adalah strategi harga. Jadi strategi yang digunakan oleh PT. PKN lebih kepada strategi harga yang murah dan terjangkau oleh masyarakat. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Starategi Pemasaran Marketing Mix TV Berlangganan yang diterapkan dan dijalankan oleh PT. PKN dari kelima variabel sebagian besar sudah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah, walaupun pada konsep produk masih belum sesuai dengan syariat islam.

UIN SUSKA RIAU
© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.