

ABSTRAK

Dalam era industrialisasi, pertumbuhan industri di Indonesia khususnya industri kimia, dari tahun ke tahun cenderung naik dan pasti akan mengalami peningkatan baik dari segi kualitas maupun kuantitas. CV Narsyka Gemilang Surabaya merupakan perusahaan distributor bahan kimia. Menyadari akan adanya peluang tersebut disadari oleh perusahaan akan munculnya pesaing-pesaing baru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya apakah yang dilakukan oleh CV Narsyka Gemilang Surabaya untuk meningkatkan jumlah *customer* ?

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Adapun sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi

Hasil penelitian ini adalah CV Narsyka Gemilang Surabaya sudah melakukan upaya-upaya untuk dapat meningkatkan jumlah *customer* dengan melalui bauran pemasaran (*marketing mix 4 p*) yaitu : produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*). Walaupun perusahaan masih dalam kondisi “aman” akan tetapi upaya tersebut harus dilakukan secara berkelanjutan agar tidak ditinggalkan oleh *customer* sebaliknya jumlah *customer* semakin meningkat.

Kata Kunci : Distributor, bahan kimia, bauran pemasaran.

ABSTRACT

In the era of industrialization, industrial growth in Indonesia, especially in the chemical industry, tends to increase from year to year and will definitely increase both in terms of quality and quantity. CV Narsyka Gemilang Surabaya is a chemical distributor company. Realizing the existence of these opportunities is realized by the company will be the emergence of new competitors. This study aims to determine what efforts were made by CV Narsyka Gemilang Surabaya to increase the number of customers?

This research is a type of field research (field research) using qualitative descriptive methods. The data sources used are primary data and secondary data. The technique of collecting data uses interviews, observation and documentation. The results of this study are CV Narsyka Gemilang Surabaya has made efforts to be able to increase the number of customers through the marketing mix (marketing mix 4 p), namely: product (product), harha (price), place (place), promotion (promotion). Even though the company is still in a "safe" condition, the effort must be carried out in a sustainable manner so as not to be abandoned by the customer, instead the number of customers increases.

Keywords: Distributors, chemicals, marketing mix.