

Abstrak

Surya Cipto Cahyadi Agung, 2026. Analisis Strategi Pemasaran Produk Rokok Dalam Meningkatkan Penjualan PT. Empat Sekawan Mulya. Tugas Akhir. Jurusan Diploma Entrepreneurship. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Trunojoyo Madura. Pembimbing April, S.E., M.SM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk rokok yang diterapkan oleh PT. Empat Sekawan Mulya dalam meningkatkan penjualan. metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan meliputi strategi produk, harga, distribusi, dan promosi. strategi promosi dilakukan melalui promosi langsung kepada konsumen dan toko-toko, sedangkan strategi distribusi dilakukan dengan memperluas jaringan pemasaran ke berbagai wilayah Madura. faktor yang mendukung peningkatan penjualan adalah kualitas produk, harga yang kompetitif, dan hubungan baik dengan pelanggan. kendala yang dihadapi perusahaan adalah persaingan antar perusahaan rokok dan perubahan perilaku konsumen. berdasarkan hasil penelitian, PT Empat Sekawan Mulya perlu meningkatkan inovasi dan memperluas pasar agar penjualan dapat terus meningkat.

Kata kunci: *penjualan, produk rokok, promosi, strategi pemasaran*

Abstract

Surya Cipto Cahyadi Agung. (2026). Analysis of Cigarette Product Marketing Strategy in Increasing Sales of PT. Empat Sekawan Mulya. Final Project. Diploma Entrepreneurship Department. Faculty of Economics and Business. Trunojoyo University, Madura. Supervisor: April, S.E., M.SM.

This study aims to determine the marketing strategy of cigarette products implemented by PT. Empat Sekawan Mulya in increasing sales. The research method used is a case study method with a qualitative approach. Data collection techniques are carried out through interviews, observations, and documentation. The results of the study indicate that the marketing strategy implemented by the company includes product, price, distribution, and promotion strategies. The promotion strategy is carried out through direct promotions to consumers and shops, while the distribution strategy is carried out by expanding the marketing network to various regions of Madura. Factors that support increased sales are product quality, competitive prices, and good relationships with customers. The obstacles faced by the company are competition between cigarette companies and changes in consumer behavior. Based on the results of the study, PT Empat Sekawan Mulya needs to increase innovation and expand the market so that sales can continue to increase.

Keywords: sales, cigarette products, promotion, marketing strategy,