

**MARKETING STRATEGIES TO INCREASE SALES OF DHARMABRAND'S  
PESTICIDE PRODUCTS**

*(Study of Indonesian Trading Company Persero Madiun Branch)*

**By Faishal Ahmad Romadhani**

***Abstrack***

*This study aims to determine the marketing strategy of PT. PPI (Persero) Madiun Branch in order to increase sales based on SWOT analysis. In addition, this study also aims to determine the effectiveness of the pesticide marketing strategy of PT. PPI (Persero) Madiun Branch to improve sales performance. The method used in this research is qualitative and quantitative with a case study approach. The research was conducted in July-December 2021 and located at the head office of PT. PPI (Persero) Jakarta and its branch office in Madiun. Research data were collected by interview and documentation method (IFAS/EFAS). The validity of the data was tested by using triangulation technique. The data were analyzed using IFAS, EFAS, and followed by a SWOT analysis. The results of the analysis show that the IFAS score is 3.72 and the EFAS score is 3.63. The score is in cell I. This cell indicates that the company must Grow and Build. The strategy that is suitable for this is intensive which includes market penetration, market development, and product development and integration which includes backward integration, forward integration, and horizontal integration. The marketing strategy used by PT. PPI Madiun branch is included in the effective category. This is evidenced by an increase in sales turnover in 2020 to IDR 2,817,932,498.*

***Keywords:*** *marketing, trade, agriculture, fertilizer, pesticide*

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN  
PRODUK PESTISIDA DHARMABRAND  
(Studi Perusahaan Perdagangan Indonesia Persero Cabang Madiun)**

**Oleh Faishal Ahmad Romadhani**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran PT. PPI (Persero) Cabang Madiun dalam rangka meningkatkan penjualan berdasarkan analisis SWOT. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui efektifitas strategi pemasaran pestisida PT. PPI (Persero) Cabang Madiun untuk meningkatkan performa penjualan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian dilakukan pada bulan Juli-Desember 2021 dan berlokasi di kantor pusat PT. PPI (Persero) Jakarta dan kantor cabangnya di Madiun. Data penelitian dikumpulkan dengan metode wawancara dan dokumentasi (IFAS/EFAS). Validitas data diuji dengan menggunakan teknik triangulasi. Data dianalisis dengan menggunakan matrik IFAS, EFAS, dan dilanjutkan dengan analisis SWOT. Hasil analisis menunjukkan bahwa skor IFAS sebesar 3,72 dan skor EFAS 3,63. Skor tersebut berada pada sel I. Sel tersebut menunjukkan bahwa perusahaan harus *Grow and Build* (tumbuh dan bina). Strategi yang cocok untuk hal tersebut adalah intensif yang meliputi penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk serta integrasi yang mencakup integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal. Strategi pemasaran yang digunakan oleh PT. PPI cabang Madiun termasuk ke dalam kategori efektif. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya peningkatan omzet penjualan pada tahun 2020 hingga Rp2.817.932.498.

***Kata kunci:*** pemasaran, perdagangan, pertanian, pupuk, pestisida