

ABSTRAK

Salma Wedding Concept merupakan perusahaan yang bergerak dibidang wedding service. Berdiri pada Desember 2020, namun Salma Wedding Concept baru mengukuhkan secara fokus dan memiliki kantor pada Januari 2021. Salma Wedding Concept juga memiliki tagline tersendiri yaitu “*Concept Your Wedding Dream With Us*” dimana Salma Wedding Concept ini akan membantu para calon client untuk mewujudkan pernikahan impian dengan sikap *responsibility, sincerity* dan *millenials idea*.

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui gambaran umum Salma Wedding Concept, untuk mengetahui analisis penerapan *Product Life Cycle* (PLC) pada Salma Wedding Concept, untuk mengetahui Strategi Pemasaran yang tepat untuk mengembangkan Salma Wedding Concept berdasarkan Konsep *Product Life Cycle* (PLC).

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan observasi, wawancara, mendalam (*in depth interview*) dan dokumentasi, serta teknik pengumpulan data sekunder diperoleh dari sumber buku-buku dan jurnal.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan Salma Wedding Concept berada pada tahap kedewasaan (*maturity*) menurut teori Philip Kotler, yaitu periode ini pertumbuhan penjualannya cenderung lebih lambat dan bahkan dari bulan Oktober 2022 hingga Februari 2023 pendapatannya menurun. Hal ini ditandai dengan munculnya pesaing baru yang bermunculan dan banyak pesaing yang menurunkan harga dibawah standar agar banyak peminatnya, dengan itu minat dari masyarakat mulai berkurang terhadap Salma Wedding Concept ini dan menyebabkan pendapatan yang diperoleh itu semakin menurun.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, *Product Life Cycle* (PLC).

ABSTRACT

Salma Wedding Concept is a company engaged in wedding service. Established in December 2020, but Salma Wedding Concept just confirmed focus and have office in January 2021. Salma Wedding Concept also has a tagline separate ie "Concept Your Wedding Dream With Us" where is Salma Wedding Concept this will help the aspirant client to make your dream wedding come true with attitude, responsibility, sincerity, and millennial's idea.

The purpose of this research was conducted: to find out the general description of Salma Wedding Concept, to find out the application analysis Product Life Cycle (PLC) on Salma Wedding Concept, and to find out the right marketing strategy to develop Salma Wedding Concept in the city of Bandung based on the concept PLC.

The research method used is descriptive with a qualitative approach. Primary data collection techniques are carried out by observation, in-depth interviews (in depth interview) and documentation. As well as secondary data collection techniques obtained from sources of books and journals.

Based on the results of this study, it shows Salma Wedding Concept are in the maturity stage (maturity) according to Philip Kotler's theory, namely this period the sales growth tends to be slower and even from October 2022 to February 2023 the revenue decreases. This is marked by the emergence of new competitors that have sprung up and many competitors who have lowered their prices below standard so that there are many devotees, with that the interest of the public is starting to diminish in Salma Wedding Concept this and cause the earned income to decrease.

Keywords: Marketing Strategy, Product Life Cycle (PLC).

ABSTRAK

Salma Wedding Concept mangrupikeun perusahaan anu ngalaksanakeun jasa kawinan. Diadegkeun dina bulan Désémber 2020, kumaha ogé, Salma Wedding Concept nembé ngonfirmasi fokusna sareng ngagaduhan kantor dina Januari 2021. Salma Wedding Concept ogé ngagaduhan tagline nyalira, nyaéta “*Concept Your Wedding Dream With Us*”dimana Salma Wedding Concept bakal ngabantosan calon klien pikeun ngawujudkeun pernikahan impianna kalayan sikep *responsibility, sincerity, jeung millenials idea*.

Tujuan tina ieu panalungtikan dilaksanakeun pikeun mikanyaho gambaran umum ngeunaan Salma *Wedding Concept*, pikeun mikanyaho analisis larapna *Product Life Cycle (PLC)* dina Konsep Kawinan Salma, pikeun milarian Strategi Pemasaran anu pas pikeun dikembangkeun Konsep Kawinan Salma dumasar kana *Product Life Cycle (PLC)*.

Métode panalungtikan anu digunakeun nya éta déskriptif kalayan pamarekan kualitatif. Téhnik ngumpulkeun data primér dilaksanakeun ku cara obsérvasi, wawancara, in-depth (*wawancara jero*) jeung dokuméntasi, kitu ogé téhnik ngumpulkeun data sékundér nu dicandak tina buku jeung jurnal.

Dumasar kana hasil panalungtikan, nuduhkeun yén Salma *Wedding Concept* aya dina tahap kadewasaan (*maturity*) numutkeun téori Philip Kotler, nyaéta periode ieu pertumbuhan penjualan cenderung langkung laun bahkan ti Oktober 2022 dugi ka Pébruari 2023 pendapatanna turun. Hal ieu ditandaan ku munculna pesaing-pesaing anyar anu bermunculan sarta lobana pesaing anu nurunkeun harga-hargana di handap standar sahingga loba anu ngabakti, ku kituna minat masarakat mimiti turun kana Salma *Wedding Concept* ieu sarta ngabalukarkeun panghasilan.

Kecap Konci: Strategi Pemasaran, Daur Kahirupan Produk (PLC).