

ABSTRAK

Penulisan ini bertujuan untuk mengetahui dan memberikan informasi bagaimana strategi pemasaran TEANOL dalam meningkatkan volume penjualan pada CV TEANOL GROUP INDONESIA. Penulisan ini merupakan penulisan deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penulisan ini melalui interview, observasi, dan studi Pustaka yang berhubungan dengan penulisan. Analisis data yang dilakukan dengan instrument deskriptif, sumber informasi penulisan ini adalah salah satu karyawan perusahaan. Hasil penulisan menunjukkan bahwa dalam meningkatkan volume penjualan TEANOL ada beberapa strategi pemasaran dan 4 faktor dari strategi pemasaran yang dilakukan CV TEANOL GROUP INDONESIA dalam meningkatkan volume penjualan yaitu strategi *segmenting*, *targeting*, dan *positioning*. Sedangkan 4 faktor dari strategi pemasaran yaitu strategi produk, harga, tempat, dan promosi.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, volume penjualan*