

## Abstrak

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus Industri Kecap Cap Kuda Mahkota)” ini ditulis oleh Siti Maskhurin, NIM. 1742143266, pembimbing Muhamad Aqim Adlan, M.E.I

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin meningkatnya persaingan bisnis produk kecap diseluruh Indonesia dalam memenuhi kebutuhan konsumen, sehingga menimbulkan persaingan bisnis yang semakin ketat. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus menerapkan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis. Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian “Analisis Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus Industri Kecap Cap Kuda Mahkota)”. Fokus masalah dalam penelitian adalah (1) Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh Industri Kecap Cap Kuda Mahkota dalam menghadapi persaingan bisnis, (2) Kendala-kendala apa saja yang dihadapi Industri Kecap Cap Kuda Mahkota dalam menerapkan strategi pemasaran guna menghadapi persaingan bisnis, (3) Bagaimana solusi Industri Kecap Cap Kuda Mahkota mengatasi kendala-kendala dalam menerapkan strategi pemasaran guna menghadapi persaingan bisnis.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data-data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder, data ini diperoleh peneliti melalui wawancara dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa, (1) Strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran yang terdiri dari empat unsur yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), dan distribusi (*place*). (2) Kendala yang di hadapi oleh Industri Kecap Cap Kuda Mahkota terbagai menjadi dua, yang pertama kendala internal meliputi, kurangnya varian kemasan dan kurangnya strategi promosi. Ke dua kendala eksternal meliputi, ketidak pastian ketersediaan bahan baku dan meningkatnya pesaing baru. (3) Solusi Industri Kecap Cap Kuda Mahkota dalam mengatasi kendala internal yaitu menambah varian kemasan dan menambah media promosi. Dan eksternal yaitu menyimpan bahan bakau sebagai barang cadangan, meningkatkan kualitas produk.

**Kata Kunci: Strategi Pemasaran dan Persaingan Bisnis**

## **Abstract**

This thesis entitled "Analysis of Marketing Strategies in Facing Business Competition (Case Study of Crown Horse Soy Sauce Industry)" was written by Siti Maskhurin, NIM. 1742143266, mentor Muhamad Aqim Adlan, M.E.I

This research is motivated by the increasing competition of soy sauce products throughout Indonesia in meeting consumer needs, thus giving rise to increasingly fierce business competition. Therefore, every company must implement a marketing strategy in the face of business competition. In this case the researchers conducted a study "Analysis of Marketing Strategies in Facing Business Competition (Case Study of Crown Horse Soy Sauce Industry)". The focus of the problem in the research is (1) How is the marketing strategy applied by the Crown Horse Soy Sauce Industry in the face of business competition, (2) What obstacles are faced by the Crown Horse Soy Sauce Industry in implementing marketing strategies to deal with business competition (3 ) How does the Crown Horse Soy Sauce Industry solution overcome the obstacles in implementing marketing strategies to deal with business competition.

This study uses descriptive qualitative methods. The data used in this study are primary and secondary data, this data was obtained by researchers through interviews and documentation.

From the results of this study it was found that, (1) The marketing strategy in dealing with business competition is by using a marketing mix consisting of four elements, namely product, price, promotion and distribution. (2) The obstacles faced by the Crown Horse Soy Sauce Industry are divided into two, the first of which is internal constraints, lack of packaging variants and lack of promotional strategies. The two external constraints include, uncertainty in the availability of raw materials and increasing new competitors. (3) Solutions for Crown Horse Soy Sauce Industry in overcoming internal obstacles, namely adding packaging variants and adding promotional media. And externals are storing mangrove material as a backup item, improving product quality

**Keywords: Marketing Strategy and Business Competition**