

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Pada Industri Es Drop Di Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek” ini ditulis oleh Alfiana Widiastuti, NIM.17402153041, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung, pembimbing Sri Eka Astutiningsih, S.E., M.M.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan persaingan usaha yang semakin ketat, maka perusahaan dituntut untuk mampu mengantisipasi ancaman dari para pesaing melalui manajemen pemasaran yang dijalankan, salah satunya pada industri es drop di Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek. Keunggulan yang dimiliki industri es drop di Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek terletak pada kondisi lokasi perusahaan yang ditunjang oleh ketersediaan bahan baku yang melimpah.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mendeskripsikan strategi segmentasi, target, dan posisi untuk meningkatkan daya saing usaha pada industri es drop di Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek. (2) Mendeskripsikan strategi bauran pemasaran untuk meningkatkan daya saing usaha pada industri es drop di Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek. (3) Mendeskripsikan analisis SWOT strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing usaha pada industri es drop di Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode pengumpulan data dari penelitian ini menggunakan observasi partisipan, wawancara mendalam, dokumentasi dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode analisis SWOT dengan alat bantu analisis berupa matrik IFAS, matrik EFAS, matrik SWOT dan matrik diagram SWOT.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa perusahaan es drop UD. Cita Rasa dan UD. Sari Kelapa di Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek menerapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing usaha melalui, (1) Pembagian segmentasi pasar berdasarkan letak geografis, demografis, psikografis, dan tingkah laku konsumen. Target pasar yang dijadikan tujuan pemasaran adalah pasar di wilayah pinggiran dan perkotaan, serta memposisikan produk kepada konsumen berdasarkan jangkauan masyarakat menengah kebawah dengan kualitas produk yang terjamin. (2) Perusahaan memproduksi es drop berbagai rasa dengan harga berkisar Rp 1000-Rp 2000. Promosi produk dilakukan kurang optimal karena kurang mampu memanfaatkan teknologi yang ada. Distribusi produk oleh perusahaan dilakukan melalui agen, sasaran penjualan selanjutnya adalah pedagang ecer. Karyawan yang dimiliki terdiri dari 4-7 orang yang ditugaskan berdasarkan bidangnya. Gedung, mesin produksi, dan kendaraan pengiriman sebagai bukti fisik perusahaan. Proses pembuatan es drop sangat higienis menggunakan bahan-bahan alami tanpa pengawet. 3) Analisis SWOT strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing usaha pada industri es drop di Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek matrik IFAS dan EFAS menunjukkan industri ini berada pada posisi sel I, artinya usaha ini memiliki peluang lingkungan dan kekuatan yang mendorong dimanfaatkannya peluang yang ada.

Kata kunci: Segmentasi, target, posisi, bauran pemasaran dan analisis SWOT

ABSTRACT

The thesis entitled "Marketing Strategy to Increase Business Competitiveness in Ice Drop Industry in Panggul District, Trenggalek Regency" was written by Alfiana Widiastuti, NIM.17402153041, Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, IAIN Tulungagung, guided by Sri Eka Astutiningsih, SE., MM.

This research is motivated by the problem of increasingly fierce business competition, then companies are required to be able to anticipate threats from competitors through marketing management that is carried out, one of them is the ice drop industry in Panggul District, Trenggalek Regency. The advantage of ice drop industry in Panggul District, Trenggalek Regency lies in the condition of the company's location which is supported by the availability of abundant raw materials.

The purpose of this research is (1) to describe strategy of segmentation, target, and position to improve business competitiveness in the ice drop industry in Panggul District, Trenggalek Regency. (2) to describe marketing mix strategy to improve business competitiveness in the ice drop industry in Panggul District, Trenggalek Regency. (3) to describe SWOT analysis of marketing strategies to improve business competitiveness in the ice drop industry in Panggul District, Trenggalek Regency. This study uses qualitative research methods with a descriptive approach. The method of collecting data from this study used participant observation, in-depth interviews, documentation and questionnaires. The data analysis technique used by researchers in this study is using the SWOT analysis method with analytical tools such as IFAS matrix, EFAS matrix, SWOT matrix and SWOT diagram matrix.

The result of the study can be concluded that ice drop companies, namely UD. Cita Rasa and UD. Sari Kelapa in Panggul District, Trenggalek Regency applies a marketing strategy to improve business competitiveness through, (1) Market segmentation based on geographical, demographic, psychographic, and consumer behavior. The target market used as a marketing objective is the market in suburban and urban areas and positioning the product to consumers based on the reach of the middle class and below with guaranteed product quality. (2) The company produces various kinds of ice drop with prices ranging from Rp 1,000 to Rp 2,000. Promotions carried out are not optimal because they are less able to utilize existing technology. Distribution of products by selecting agents, then the sales target is retailers. Human resources in the form of employees are made up of 4-7 people with division of tasks in each field. Buildings, production machinery, and shipping vehicles as physical evidence of the companies. The process of making ice drop is very hygienic with natural ingredients without preservatives. (3) SWOT analysis of marketing strategies to improve business competitiveness in the ice drop industry in Panggul District, Trenggalek Regency, both IFAS and EFAS matrices show that this industry is in the position of first cell, which explains that this business has environmental opportunities and forces which encourage the use of available opportunities.

Keywords: Segmentation, target, position, marketing mix and SWOT analysis.