

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Bisnis pada UD. Plastik Brontoseno” ini ditulis oleh Hilda Melinda Zahro’, NIM. 12405183310, Jurusan Manajemen Bisnis Syari’ah, pembimbing Nurul Fitri Ismayanti, M.E.I.

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi oleh penerapan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis menjadi sorotan utama tidak hanya pada kalangan perusahaan besar, tetapi terjadi pada UD. Plastik Brontoseno. Usaha Dagang Plastik Brontoseno menerapkan strategi pemasaran dari segi Lokasi, Nilai Harga, Produk, Pelayanan, dan Persaingan Bisnis yang Sehat yang dilakukan UD. Plastik Brontoseno Nganjuk dalam menerapkan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis guna meningkatkan penjualan produk dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Permasalahan Penelitian Skripsi ini adalah (1) Bagaimana strategi pemasaran UD. Plastik Brontoseno dalam menghadapi persaingan bisnis? (2) Apa saja kendala dan solusi UD. Plastik Brontoseno dalam menerapkan strategi pemasaran ?

Penelitian ini menggunakan jenis metode kualitatif, metode penelitian pada filsafat post positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, ini lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah daripada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi, teknik pengumpulan triangulasi, analisis data bersifat induktif atau kualitatif.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran UD. Plastik Brontoseno dalam menghadapi persaingan bisnis guna melihat seberapa besar kendala dan bagaimana solusi yang diterapkan dalam strategi pemasaran.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini disimpulkan bahwa (1) Strategi Pemasaran yang diterapkan pada usaha UD. Plastik Brontoseno dengan melakukan strategi dari segi lokasi, nilai harga, produk, pelayanan, dan persaingan bisnis yang sehat, (2) kendala dan solusi dalam menerapkan strategi pemasaran adalah kurangnya pemanfaatan media sosial dalam strategi pemasaran produk plastik secara online walaupun strategi pemasaran yang dilakukan adalah secara mulut ke mulut dan pembeli langsung datang ke toko. Solusi yang tepat dalam hal tersebut adalah merekrut karyawan sebagai admin dalam memanfaatkan sosial media agar produk plastik yang dipasarkan merata secara sedikit demi sedikit dan menambah pembeli.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Plastik, Persaingan Bisnis

ABSTRACT

The thesis titled “Marketing Strategy in Facing Business Competition at UD. Plastik Brontoseno” was written by Hilda Melinda Zahro’, NIM. 12405183310, Department of Sharia Business Management and was mentored by Nurul Fitri Ismayanti, M.E.I

The research in this thesis is motivated by applying marketing strategies in facing business competition, which is the main focus for large companies and UD. Plastik Brontoseno. UD. Trade Business Plastik Brontoseno implementas a marketing strategy in terms of Location, Price Value, Products, Services, and Fair Business Competition to increase product sales and customer satisfaction.

The research problems of this thesis are (1) How is the marketing strategy of UD. Plastic Brontoseno in facing business competition? (2) What are UD. Plastik Brontoseno’s obtacles and solutions in implementing marketing strategy?

This research uses qualitative methods, research methods on post-positivist philosophy to examine the condition of natural objects. This research emphasizes an in- dept understanding of a problem rather than looking at problems for generalization research, triangulation collection techniques, inductive data analysis, or qualitative.

This research aimed to determine the marketing strategy of UD. Plastik Brontoseno in facing business competition to see how big the obtacles are and how the solutions are implemented in the marketing strategy.

The results obtained from this research concluded that (1) the Marketing Strategy applied to UD. Plastik Brontoseno by carring out a strategy in terms of location, price value, product, service, and healthy business competition. (2) constraint and solutions in implementing a marketing strategy are the lack of use of social media in the online marketing strategy of plastic products even though the markting strategy carried out is the custumer’s review who come directly to the store. The right solution is to recruit employees as admins in utilizing social media so that plastic products are marketed evenly little and increase customers.

Keywords: *Marketing Strategy, Plastic, Business Competition*