

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Pada UD Jaya Mebel Dalam Konteks Persaingan Bisnis Desa Tunggangri Kalidawir Tulungagung” ini ditulis oleh Lutfia Nurin Agustina, NIM.12405193093, Pembimbing Dr. Refki Rusyadi, M.Pd.I.

Persaingan usaha yang semakin meningkat ini sangat berkaitan dengan perubahan lingkungan, dengan adanya peningkatan teknologi yang semakin canggih inilah persaingan bisnis menjadi meningkat dengan signifikan. Oleh karena itu, Strategi pemasaran menjadi prioritas utama dalam penelitian ini karena persaingan usaha pada bisnis mebel saat ini. Penelitian ini dilakukan pada UD Jaya Mebel di Desa Tunggangri Kecamatan Kalidawir. Maka dari itu, penelitian ini mengangkat fokus penelitian yaitu 1. Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan UD Jaya Mebel dalam menghadapi persaingan bisnis? 2. Bagaimana penerapan strategi pemasaran secara offline pada UD Jaya Mebel? 3. Bagaimana penerapan strategi pemasaran secara online pada UD Jaya Mebel? dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dijalankan UD Jaya Mebel dalam menghadapi persaingan bisnis.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif-kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Data yang diperoleh bersumber dari pemilik UD Jaya Mebel, Pemimpin, Karyawan dan konsumen UD Jaya Mebel. Ada tiga metode dalam analisis data yaitu reduksi data, paparan data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UD Jaya Mebel menggunakan strategi bauran pemasaran 7P dalam menghadapi persaingan bisnis yaitu produk, harga, promosi, lokasi, orang (SDM), proses dan bukti fisik. Strategi produk UD Jaya Mebel saat mengedepankan kualitas dalam pemasaran produk. Strategi harga yang dilakukan dengan menyesuaikan dengan harga pasar. Strategi promosi yang dilakukan dengan dua cara yaitu Offline menggunakan *Word of mouth* (Getok tular). Sistem online menggunakan media sosial WhatsApp dan Facebook. Strategi lokasi dengan melihat peluang yang ada di daerah tersebut dan strategis nya lokasi karena dekat dengan jalan raya umum. Strategi *people* (SDM), melakukan perekrutan karyawan sesuai dengan tugas yang akan diberikan. Seperti karyawan produksi memiliki keahlian khusus dalam pertukangan kayu, Sedangkan untuk karyawan toko bersikap santun dan ramah dalam melayani pelanggan. Strategi proses adalah proses pemesanan produk tertentu dan melakukan kesepakatan dengan owner. proses pengiriman barang yang dilakukan dengan langsung mengirimkan barang ke konsumen setelah proses transaksi selesai. Strategi bukti fisik atau *physical evidence* dimana strategi ini dilihat dari penataan produk yang ada di toko UD Jaya Mebel. dari 7 unsur tersebut strategi produk yang diunggulkan oleh UD Jaya Mebel dalam menghadapi persaingan bisnis, dengan mengedepankan kualitas produk sebelum ditawarkan kepada konsumen. Dan penerapan pemasaran secara offline menggunakan metode *word of mouth* (getok tular) dan pemasaran secara online menggunakan media sosial whatsapp dan Facebook.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Dan Persaingan.

ABSTRACT

This thesis entitled "Analysis of Marketing Strategy at UD Jaya Mebel in the Context of Business Competition Tunggangri Kalidawir Tulungagung Village" was written by Lutfia Nurin Agustina, NIM.12405193093, Supervisor Dr. Refki Rusyadi, M.Pd.I.

This increasing business competition is closely related to environmental changes, with the increase in increasingly sophisticated technology, business competition has increased significantly. Therefore, the marketing strategy is a top priority in this study because of business competition in the current furniture business. This research was conducted at UD Jaya Mebel in Tunggangri Village, Kalidawir District. Therefore, this study raises the research focus, namely 1. How is the marketing strategy used by UD Jaya Mebel in facing business competition? 2. How is the offline marketing strategy implemented at UD Jaya Mebel? 3. How is the online marketing strategy implemented at UD Jaya Mebel? with the aim of knowing how the marketing strategy implemented by UD Jaya Mebel in facing business competition.

This type of research uses descriptive-qualitative research. Data collection techniques were carried out by means of interviews, observation and documentation. The data obtained comes from UD Jaya Mebel owners, leaders, employees and consumers of UD Jaya Mebel. There are three methods in data analysis, namely data reduction, data exposure and drawing conclusions.

The results of this study indicate that UD Jaya Mebel uses the 7P marketing mix strategy in dealing with business competition, namely product, price, promotion, location, people (HR), process and physical evidence. UD Jaya Furniture's product strategy while prioritizing quality in product marketing. The pricing strategy is carried out by adjusting to market prices. The promotion strategy is carried out in two ways, namely offline using word of mouth (getok tular). The online system uses social media WhatsApp and Facebook. The location strategy is by looking at the opportunities that exist in the area and its strategic location because it is close to public highways. People (HR) strategy, recruiting employees according to the tasks to be given. For example, production employees have special skills in carpentry, while shop employees are polite and friendly in serving customers. The process strategy is the process of ordering certain products and making an agreement with the owner. the process of sending goods which is carried out by directly sending goods to consumers after the transaction process is complete. Physical evidence strategy or physical evidence where this strategy is seen from the product arrangement in the UD Jaya furniture store. of the 7 elements, the superior product strategy by UD Jaya Mebel in facing business competition is by prioritizing product quality before being offered to consumers. And the application of offline marketing uses the word of mouth method (word of mouth) and online marketing using WhatsApp and Facebook social media.

Keywords: Marketing Strategy, Marketing Mix, and Competition.