

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “**Implementasi Strategi Pemasaran Pada Perkembangan Industri Penggergajian Kayu di UD. Rejo Mulyo Desa Pakel Kecamatan Ngantru**” ini ditulis oleh Giyus Ahmat Deka. NIM 12405193246, pembimbing Syamsul Umam, S.H.I., M.H.

Penelitian ini di latar belakang oleh Industri kayu gergajian merupakan salah satu industri perkayuan yang banyak berkembang di Indonesia. Industri ini cukup menjanjikan jika dilakukan dengan cara yang efektif. Industri penggergajian kayu saat ini sedang dihadapkan pada beberapa permasalahan, antara lain kekurangan bahan baku, kualitas produk yang dihasilkan, inefisiensi dan persaingan industri sejenis. Selain kekurangan bahan baku, daya saing produk dan nilai tambah yang rendah merupakan sejumlah permasalahan yang dihadapi industri perkayuan saat ini. UD. Rejo Mulyo merupakan salah satu perusahaan industri yang bergerak dalam bidang perkayuan. UD. Rejo Mulyo didirikan pada tahun 1995 di Desa Pakel, Kecamatan Ngantru. Pekerjaan awalnya ialah pengadaan dan pengolahan bahan baku kayu.

Penelitian ini memiliki tiga rumusan masalah yaitu: (1). Bagaimana penerapan strategi pemasaran dalam perkembangan di industri penggergajian kayu UD. Rejo Mulyo?. (2). Apa saja kendala serta solusi dalam penerapan strategi pemasaran di industri penggergajian kayu UD. Rejo Mulyo?. (3). Bagaimana perkembangan industri penggergajian kayu UD. Rejo Mulyo?.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan alat analisis data triangulasi data. Dimana peneliti mencari langsung data kepada sumber data primer dengan mewawancarai pihak-pihak yang terlibat serta melakukan observasi langsung di lokasi penelitian dan mendokumentasikan temuan dalam penelitian.

Hasil dari penelitian ini Penerapan strategi pemasaran pada UD. Rejo Mulyo menggunakan indikator strategi pemasaran yaitu ; segmentasi pasar, target pasar, posisi pasar, dan strategi bauran pemasaran. Dimana produk, harga, tempat dan promosi sudah dilakukan dengan baik dan cermat oleh UD. Rejo Mulyo. Kendala serta solusi dalam penerapan strategi pemasaran pada UD. Rejo Mulyo ada dua yaitu kesulitan mengelola biaya produksi yang diakibatkan dari kenaikan harga bahan baku solusinya yaitu dengan lebih selektif dalam memilih pemasok bahan baku utama, agar harga jual tidak dimanipulasi sehingga tidak merugikan dan ketersediaan bahan baku yang semakin sulit di dapat solusinya yaitu dengan mencari bahan baku di daerah lain yang lebih jauh dengan syarat harga bahan baku yang di dapat bisa lebih murah meskipun dengan kualitas yang sama. perkembangan usaha penggergajian dan jual beli kayu UD. Rejo Mulyo berjalan secara bertahap fluktuasi kondisi perusahaan juga terjadi dari tahun ke tahun.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Industri Penggergajian Kayu

ABSTRACT

Thesis with the title "Implementation of Marketing Strategy in the Development of the Sawmill Industry in UD. Rejo Mulyo Pakel Village, Ngantru District" was written by Giyus Ahmat Deka. NIM 12405193246, supervisor Syamsul Umam, S.H.I., M.H.

The background of this research is that the sawn timber industry is one of the most developed timber industries in Indonesia. This industry is quite promising if done in an effective way. The sawmill industry is currently facing several problems, including shortages of raw materials, product quality, inefficiency and competition among similar industries. In addition to the shortage of raw materials, product competitiveness and low added value are a number of problems currently faced by the timber industry. UD. Rejo Mulyo is one of the industrial companies engaged in the timber sector. UD. Rejo Mulyo was founded in 1995 in Pakel Village, Ngantru District. His initial work was the procurement and processing of wood raw materials.

This study has three problem formulations, namely: (1). How is the application of marketing strategies in the development of the UD. Rejo Mulyo? (2). What are the obstacles and solutions in implementing the marketing strategy in the sawmill industry at UD. Rejo Mulyo? (3). How is the development of the sawmill industry UD. Rejo Mulyo?.

This study uses a qualitative approach with data analysis tools triangulation of data. Where researchers seek direct data from primary data sources by interviewing the parties involved and making direct observations at research locations and documenting findings in research.

The results of this study the application of marketing strategies at UD. Rejo Mulyo uses marketing strategy indicators namely; market segmentation, target market, market positioning, and marketing mix strategy. Where products, prices, places and promotions have been carried out properly and carefully by UD. Rejo Mulyo. Constraints and solutions in implementing marketing strategies at UD. Rejo Mulyo there are two, namely the difficulty in managing production costs resulting from rising raw material prices. The solution is to be more selective in choosing the main raw material supplier, so that the selling price is not manipulated so that it is not detrimental and the availability of raw materials is increasingly difficult to find. The solution is to find raw materials. raw materials in other areas that are farther away on condition that the price of the raw materials obtained can be cheaper even though the quality is the same. the development of sawmills and buying and selling of wood by UD. Rejo Mulyo is running gradually, fluctuations in the company's condition also occur from year to year.

Keywords: Marketing Strategy, Sawmill Indutry