

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “**Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Era Digital (Studi Kasus di BUMDES Ngudi Sejahtera Ngunut Tulungagung)**” ini ditulis oleh Intan Khoirun Nisa’, NIM 12405183013, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Pembimbing Siswahyudianto, M.M.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh revolusi industry 4.0, membawa dampak pada berkembang pesatnya teknologi digital. Dengan adanya revolusi ini, muncul sebuah permasalahan tentang bagaimana cara untuk memanfaatkan peluang bisnis berbasis online ini dengan optimal. Maka, pemasaran melalui digital dalam BUMDES mampu mengoptimalkan media digital seperti media sosial dalam kegiatan usahanya, akan bertambah banyak BUMDES yang mampu bersaing dalam persaingan pasar global serta dapat melakukan pemasaran tanpa mengeluarkan banyak biaya.

Rumusan masalah: 1. Bagaimanakah penerapan strategi *product* pada BUMDES Ngudi Sejahtera Ngunut dalam menghadapi persaingan bisnis di era digital ? 2. Bagaimanakah penerapan strategi *promotion* pada BUMDES Ngudi Sejahtera Ngunut dalam menghadapi persaingan bisnis di era digital ? 3. Bagaimanakah penerapan strategi *place* pada BUMDES Ngudi Sejahtera Ngunut dalam menghadapi persaingan bisnis di era digital ? 4. Bagaimanakah penerapan strategi *price* pada BUMDES Ngudi Sejahtera Ngunut dalam menghadapi persaingan bisnis di era digital ?

Tujuan penelitian: untuk mengetahui penerapan strategi *product*, *promotion*, *place* dan *price* pada BUMDES Ngudi Sejahtera Ngunut dalam menghadapi persaingan bisnis di era digital. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian: 1. Strategi *product* yang dilakukan berupa menciptakan tingkat mutu atau kualitas produk, tampilan produk, jenis produk, merek, logo, kemasan produk, ukuran produk, jaminan dan pelayanan yang diberikan. 2. Strategi *promotion* yang dilakukan BUMDES Ngudi Sejahtera Ngunut yaitu dengan promosi penjualan, penjualan langsung, penjualan melalui media online dengan memposting di Instagram, facebook, shoppe, lazada, bukalapak dan penjualan langsung. 3. Strategi *place* pada BUMDES Ngudi Sejahtera Ngunut terletak di Jalan Recobarong No. 1, Lingkungan 07 Ds. Ngunut, Kec. Ngunut, Kab. Tulungagung, Jawa Timur 66292. 4. Strategi *price* yang ditetapkan BUMDES Ngudi Sejahtera Ngunut menyesuaikan total biaya produksi dan Upah Minimum Regional (UMR) daerah.

Kata Kunci: Strategi Bauran Pemasaran, Persaingan Bisnis Era Digital

ABSTRACT

The thesis entitled "Implementation of the Marketing Mix Strategy in Facing Business Competition in the Digital (Age at Bumdes Ngudi Sejahtera Ngunut Tulungagung)" was written by Intan Khoirun Nisa', NIM 12405183013, Faculty of Islamic Economics and Business, Department of Sharia Business Management, Advisor Siswahyudianto, M.M.

This research is motivated by the industrial revolution 4.0, which has an impact on the rapid development of digital technology throughout the world, including Indonesia. With this revolution, a problem arose about how to optimally take advantage of this online-based business opportunity. So, through digital marketing in BUMDES, namely being able to optimize digital media such as social media in their business activities, there will be more BUMDES that are able to compete in global market competition and can carry out marketing without spending a lot of money.

Formulation of the problem: 1. How is the product strategy implemented at BUMDES Ngudi Sejahtera Ngunut in facing business competition in the digital era? How is the application of the promotion strategy at BUMDES Ngudi Sejahtera Ngunut in facing business competition in the digital era? How is the implementation of the place strategy at BUMDES Ngudi Sejahtera Ngunut in facing business competition in the digital era? How is the implementation of the price strategy at BUMDES Ngudi Sejahtera Ngunut in facing business competition in the digital era?

Research objectives: to find out the application of product, promotion, place and price strategies at BUMDES Ngudi Sejahtera Ngunut in facing business competition in the digital era. The research method used is descriptive qualitative research. In collecting data, researchers used observation, interviews, and documentation.

Based on the research results: 1. The product strategy that can be carried out is in the form of creating a level of quality or product quality, product appearance, product type, brand, logo, product packaging, product size, guarantees and services provided. 2. The promotion strategy carried out is sales promotion, direct sales, sales through online media by posting on Instagram, Facebook, shoppe, lazada, Bukalapak and direct sales. 3. Place strategy is located at Jalan Recobarong No. 1, Neighborhood 07 Ngunut Village, Ngunut District, Tulungagung Regency, East Java 66292. The Ngudi Sejahtera BUMDes office is next to the Ngunut Village Office, so it has a strategic location and is very easy to reach by the community. 4. The price strategy set adjusts to the price conditions set by BUMDES Ngudi Sejahtera Ngunut in Tulungagung. Prices are determined based on the total cost of production and the regional minimum wage (UMR).

Keywords: Marketing Mix Strategy, Digital Era Business Competition

المخلص

هذه الرسالة تحت الموضوع "تنفيذ استراتيجية المزيج التسويقي في مواجهة المنافسة التجارية في العصر الرقمي في بومديس نجودي سجاهتيرا نجونوت تولونجاونج" كتبها ، نيم : ١ ٢ ٤ ٥ ٨ ٣ ١ ٠ ٣ ، كلية الاقتصاد الإسلامي والأعمال ، قسم الشريعة لإدارة الأعمال ، المستشار سيسواهيويديانتو ، مم .

هذا البحث مدفوع بالثورة الصناعية . ٤ ، والتي لها تأثير على التطور السريع للتكنولوجيا الرقمية في جميع أنحاء العالم ، بما في ذلك إندونيسيا. مع هذه الثورة ، نشأت مشكلة حول كيفية الاستفادة المثلى من هذه الفرصة التجارية القائمة على الإنترنت. لذلك ، من خلال التسويق الرقمي في بومديس ، أي القدرة على تحسين الوسائط الرقمية مثل وسائل التواصل الاجتماعي في أنشطتهم التجارية ، سيكون هناك المزيد من بومديس القدرة على المنافسة في منافسة السوق العالمية ويمكنها القيام بالتسويق دون إنفاق الكثير من المال.

صياغة المشكلة: 1. كيف يتم تنفيذ استراتيجية المنتج في بومديس عودي سجاهتيرا عونوت في مواجهة المنافسة التجارية في العصر الرقمي؟ كيف يتم تطبيق استراتيجية الترويج في بومديس عودي سجاهتيرا عونوت في مواجهة المنافسة التجارية في العصر الرقمي؟ كيف يتم تنفيذ استراتيجية المكان في بومديس عودي سجاهتيرا عونوت في مواجهة المنافسة التجارية في العصر الرقمي؟ كيف يتم تنفيذ استراتيجية الأسعار في بومديس عودي سجاهتيرا عونوت في مواجهة المنافسة التجارية في العصر الرقمي؟ أهداف البحث: معرفة تطبيق استراتيجيات المنتج والترويج والمكان والسعر في بومديس عودي سجاهتيرا عونوت في مواجهة المنافسة التجارية في العصر الرقمي. طريقة البحث المستخدمة هي البحث الوصفي النوعي. في جمع البيانات ، استخدم الباحثون الملاحظة والمقابلات والتوثيق.

بناءً على نتائج البحث: 1. تتمثل استراتيجية المنتج التي يمكن تنفيذها في إنشاء مستوى للجودة أو جودة المنتج ، ومظهر المنتج ، ونوع المنتج ، والعلامة التجارية ، والشعار ، وتغليف المنتج ، وحجم المنتج ، والضمانات والخدمات المقدمة. 2. استراتيجية الترويج التي نفذتها بومديس عودي سجاهتيرا عونوت هي ترويج المبيعات والمبيعات المباشرة والمبيعات عبر وسائل الإعلام عبر الإنترنت من خلال النشر على إستاكرام و فيسبوك و صافي و لازادا و بوكا لافاك والمبيعات المباشرة. 3. تقع استراتيجية المكان في بومديس عودي سجاهتيرا عونوت في الشارع رجوباروغ رقم 1، الجوار 07 قرية نجونوت ، منطقة نجونوت ، تولونجاونج ريجنسي ، جاوة الشرقية 66292. يقع مكتب بومديس عودي سجاهتيرا عونوت بجوار مكتب قرية نجونوت ، لذلك يتمتع بموقع استراتيجي ويسهل الوصول إليه من قبل المجتمع. 4. تتكيف إستراتيجية الأسعار التي وضعتها بومديس عودي سجاهتيرا عونوت مع شروط السعر التي حددتها بومديس عودي سجاهتيرا عونوت في تولونغاونغ. يتم تحديد الأسعار بناءً على التكلفة الإجمالية للإنتاج والحد الأدنى للأجور في المنطقة (UMR).