

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Manajemen Pemasaran Dalam Pengembangan Industri Kerajinan Marmer dan Onix di CV Muara Alam Indah Desa Gamping Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung” ditulis oleh Zhafarina Erlien Gendini, NIM 126405203259, pembimbing Jusuf Bachtiar, S.S., M.Pd.

Latar belakang penelitian ini adalah banyaknya pertumbuhan industri kecil dan menengah di Indonesia yang semakin berkembang pesat, terutama di sektor kerajinan marmer di Tulungagung, pada CV Muara Alam Indah ini memiliki berbagai produk dengan kualitas yang menarik. Dalam persaingan yang semakin ketat, CV Muara Alam Indah terus melakukan pemahaman dinamika pasar dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka. Dengan mengelola manajemen pemasaran yang baik, perusahaan dapat mengoptimalkan potensi kekayaan alam berupa cadangan marmer dan onix yang melimpah serta meningkatkan daya saing produk mereka.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah : 1) Bagaimana strategi penentuan harga dalam industri kerajinan marmer dan onix di CV Muara Alam Indah Desa Gamping? 2) Bagaimana strategi promosi yang dilakukan pada industri kerajinan marmer dan onix di CV Muara Alam Indah Desa Gamping?

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sumber data yang diperoleh adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, paparan data dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini yaitu: 1) Pada strategi penentuan harga perusahaan menggunakan metode *Activity Based Costing* dalam menghitung biaya produksi, yang mencakup biaya bahan baku, tenaga kerja, dan overhead pabrik. Mereka juga mempertimbangkan harga kompetitor yang sebanding untuk menjaga daya saing, sambil memfokuskan permintaan pasar terutama pada produk dinding dan lantai yang paling diminati konsumen. CV Muara Alam Indah menunjukkan pendekatan yang matang dengan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang komprehensif dalam manajemen penetapan harga, yang memungkinkan mereka untuk menjaga meningkatkan kinerja jangka panjang di pasar yang kompetitif ini. 2) Pada strategi promosi yang diterapkan oleh CV Muara Alam Indah untuk meningkatkan penjualan produk kerajinan marmer dan onix melakukan strategi dengan penawaran langsung kepada rekan dan kerabat, platform media sosial seperti Instagram untuk menampilkan produk mereka. Penjualan personal dilakukan melalui pesan pribadi untuk menghubungi pelanggan secara langsung. Promosi penjualan melibatkan penawaran diskon yang dikirimkan secara pribadi atau langsung kepada pembeli. CV Muara Alam Indah menunjukkan komitmen yang kuat dalam merencanakan dan melaksanakan strategi promosi yang efektif, dan evaluasi terhadap respons pelanggan untuk meningkatkan kinerja promosi di masa depan.

Kata Kunci : Manajemen, Pemasaran, Industri Kerajinan

ABSTRACT

The thesis with the title "Marketing Management Analysis in the Development of the Marble and Onix Crafts Industry at CV Muara Alam Indah, Gamping Village, Campurdarat District, Tulungagung Regency" is researched by Zhafarina Erlien Gendini, NIM 126405203259, and advised by Jusuf Bachtiar, S.S., M.Pd.

The research in this thesis is based on the fact that the number of small and medium industries in Indonesia is growing rapidly, especially in the marble craft sector in Tulungagung. CV Muara Alam Indah has various products with attractive quality. In increasingly fierce competition, CV Muara Alam Indah continues to understand market dynamics and implement effective marketing strategies to maintain and increase their market share. By managing good marketing management, companies can optimize the potential of natural wealth in the form of abundant marble and onix reserves and increase the competitiveness of their products.

The focus of research are: 1) What is the pricing strategy in the marble and onix craft industry at CV Muara Alam Indah, Gamping Village? 2) What is the promotional strategy carried out in the marble and onix craft industry at CV Muara Alam Indah, Gamping Village?

The type of research used is qualitative with a descriptive approach. The data sources obtained are primary data and secondary data. Data collection techniques using observation, interviews and documentation. Data analysis techniques use data reduction, data exposure and drawing conclusions.

The results of this research are: 1) The company's pricing strategy uses the Activity Based Costing method in calculating production costs, which include the costs of raw materials, labor and factory overhead. They also consider comparable competitor prices to maintain competitiveness, while focusing market demand especially on wall and floor products that consumers are most interested in. CV Muara Alam Indah demonstrates a mature approach with comprehensive planning, implementation and evaluation in pricing management, which enables them to maintain improved long-term performance in this competitive market. 2) In the promotional strategy implemented by CV Muara Alam Indah to increase sales of marble craft products and Onix implemented a strategy with direct offers to colleagues and relatives, social media platforms such as Instagram to display their products. Personal selling is done through private messages to contact customers directly. Sales promotions involve discount offers sent personally or directly to buyers. CV Muara Alam Indah shows a strong commitment in planning and implementing effective promotional strategies, and evaluating customer responses to improve future promotional performance.

Keywords: Management, Marketing, Craft Industry