

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Untuk Mempertahankan Pelanggan Pada Perusahaan Pabrik Rokok Dua Dewi 2 Ngantru Kabupaten Tulungagung” ini ditulis oleh Dea Yuana Wati, dibawah bimbingan Rizal Furqan Ramadhan, S.Kom., M.T.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan pesat industri rokok di Indonesia yang menghadapi persaingan ketat dan regulasi yang semakin ketat, seperti PP No. 109/2012. Konsumsi rokok yang stabil dan tingginya prevalensi merokok, terutama di kalangan laki-laki, menunjukkan bahwa rokok telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Dalam kondisi ini, strategi pemasaran, khususnya penerapan marketing mix, menjadi penting untuk mempertahankan pelanggan. Pabrik Rokok Dua Dewi di Kabupaten Tulungagung, yang telah dikenal luas sejak 2004, menjadi fokus penelitian untuk menganalisis peran strategi pemasaran dalam mempertahankan daya saing di tengah tantangan tersebut.

Fokus masalah penelitian ini adalah (1) Bagaimana strategi pemasaran di Pabrik Rokok Dua Dewi 2 Ngantru Kabupaten Tulungagung? (2) Bagaimana hasil penerapan strategi pemasaran di Pabrik Rokok Dua Dewi 2 Ngantru Kabupaten Tulungagung?

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam yang dilakukan dengan 10 narasumber dan melalui observasi. Untuk mendapatkan kredibilitas data, peneliti melakukan triangulasi, perpanjangan kehadiran, peningkatan ketekunan, diskusi sejawat, dan review informan. Dependabilitas dan konfirmabilitas dilakukan para pembimbing sebagai independen auditor.

Hasil penelitian menunjukkan Pabrik Rokok Dua Dewi 2 Ngantru menerapkan strategi pemasaran yang efektif melalui bauran pemasaran (4P), meliputi produk, harga, tempat, dan promosi. Fokus produksi pada varian classic disesuaikan dengan preferensi lokal berdasarkan

survei konsumen, sementara strategi harga kompetitif menjaga daya beli tanpa mengorbankan kualitas untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Distribusi produk dilakukan melalui toko ritel dengan pemerataan stok di berbagai wilayah, mencegah kelangkaan akibat fluktuasi produksi dan tingginya permintaan pasar. Promosi dilakukan secara offline, termasuk pemberian sampel gratis dan program *Customer Relationship Management (CRM)* untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan dan mitra kerja. Langkah-langkah ini tidak hanya memastikan ketersediaan produk secara merata, tetapi juga menjaga hubungan baik dengan toko ritel, mencegah mereka beralih ke kompetitor, serta memperkuat daya saing produk di pasar. Strategi ini membantu Pabrik Rokok Dua Dewi mempertahankan pangsa pasar, memenuhi kebutuhan konsumen, dan memperkuat posisinya dalam industri rokok.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran (4P), Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Thesis with the title: "Marketing Strategy to Retain Customers at Pabrik Rokok Dua Dewi 2 Ngantru Tulungagung Regency" was written by Dea Yuana Wati, under guidance of Rizal Furqan Ramadhan, S.Kom., M.T

This research is motivated by the rapid development of the tobacco industry in Indonesia, which faces intense competition and increasingly stringent regulations, such as Government Regulation No. 109/2012. Stable cigarette consumption and the high prevalence of smoking, especially among men, indicate that smoking has become part of the lifestyle. In this context, marketing strategies, particularly the application of the marketing mix, are crucial for retaining customers. Pabrik Rokok Dua Dewi in Tulungagung Regency, which has been widely recognized since 2004, is the focus of this research to analyze the role of marketing strategies in maintaining competitiveness amid these challenges.

The research questions are (1) What are the marketing strategies at Pabrik Rokok Dua Dewi 2 Ngantru Tulungagung Regency? (2) What are the results of implementing marketing strategies at Pabrik Rokok Dua Dewi 2 Ngantru Tulungagung Regency?

This study uses a qualitative research method with a descriptive approach. Data were collected through in-depth interviews with 10 informants and observations. To ensure data credibility, the researcher employed triangulation, extended engagement, increased persistence, peer discussions, and informant reviews. Dependability and confirmability were conducted by supervisors as independent auditors. The research findings show that Pabrik Rokok Dua Dewi 2 Ngantru applies effective marketing strategies through the marketing mix (4P), which includes product, price, place, and promotion. The production focus on the classic variant is tailored to local preferences based on consumer surveys, while a competitive pricing strategy maintains purchasing power without sacrificing quality to retain customer

loyalty. Product distribution is carried out through retail stores with equitable stock distribution across regions, preventing shortages due to production fluctuations and high market demand. Promotion is conducted offline, including giving free samples and a Customer Relationship Management (CRM) program to strengthen relationships with customers and business partners. These steps not only ensure the availability of products evenly, but also maintain good relationships with retail stores, preventing them from switching to competitors, and strengthening the product's competitiveness in the market. This strategy helps Pabrik Rokok Dua Dewi maintain its market share, meet consumer needs, and strengthen its position in the tobacco industry.

Keywords: *Marketing Strategy, Marketing Mix (4P), Customer Loyalty.*