

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha (Studi Kasus Pada CV. Sigit Rahayu Travel Tulungagung)” ini ditulis oleh Millatun Husnia, NIM. 126407203021, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Pariwisata Syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, yang dibimbing oleh Dr. Syafrudin Arif Marah Manunggal, M.S.I.

Globalisasi yang semakin maju menjadikan persaingan pasar semakin sengit. Maraknya pelayanan jasa travel yang lokasinya berada pada lingkungan yang sama memaksa para pelaku usaha untuk menghadapi persaingan agar tetap bisa bertahan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi pemasaran pada CV. Sigit Rahayu Travel dan kendala yang dihadapi oleh CV. Sigit Rahayu Travel dalam menghadapi persaingan dengan usaha sejenis.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dengan menggunakan metode pengumpulan datanya yakni teknik wawancara mendalam, observasi langsung dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Partisipan penelitian ini berjumlah 4 orang yang dapat dijadikan sebagai data penelitian dalam wawancara mendalam.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran dan upaya untuk kendala yang dihadapi pada CV. Sigit Rahayu Travel Tulungagung dalam menghadapi persaingan dengan usaha sejenis adalah dengan menggunakan strategi bauran pemasaran 7P yaitu bauran produk dengan menjual beragam jenis pelayanan jasa. Bauran harga yaitu harga yang ditawarkan terjangkau. Bauran tempat yakni lokasi strategis dan mudah diakses dengan tempat parkir luas dan keamanan cukup terjamin. Bauran promosi yang dilakukan yaitu menawarkan melalui sosial media whatsapp, facebook, dan instagram dan memberikan potongan harga, Bauran orang dengan memberikan pelayanan ramah dan sopan. Bauran proses dengan memberikan proses online transaksi mudah, cepat dan teliti. Bauran bukti fisik dengan daya tarik tampilan tempat yang luas, proses pelayanan jasa dapat dilakukan melalui online maupun offline. sarana prasarana yang digunakan untuk penunjang kegiatan usaha memadai.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran 7P, Biro Perjalanan, Persaingan Usaha.

ABSTRACT

This thesis with the title “Marketing Strategy in Facing Business Competition (Case Study on CV. Sigit Rahayu Travel Tulungagung)” was written by Millatun Husnia, NIM. 126407203021, Faculty of Islamic Economics and Business, Sharia Tourism Department, Sayyid Ali Rahmatullah Islamic University Tulungagung, supervised by Dr. Syafrudin Arif Marah Manunggal, M.S.I.

Increasingly advanced globalization makes market competition increasingly fierce. The rise of services located in the same environment forces business actors to face competition in order to survive. This research aims to analyze the implementation of marketing strategies at CV. Sigit Rahayu Travel and the obstacles faced by CV. Sigit Rahayu Travel in facing competition with similar businesses.

This research uses a qualitative descriptive research method, using a data collection method, namely interview techniques in-depth, direct observation and documentation. The data analysis techniques used are data reduction, data presentation, and drawing conclusions. There were 4 participants in this research who could be used as research data in in-depth interviews.

The results of this research indicate that the implementation of marketing strategies and efforts to overcome the obstacles faced by CV. Sigit Rahayu Travel Tulungagung in facing competition with similar businesses is to use the 7P marketing mix strategy, namely a product mix by selling various types of services. The price mix means the prices offered are affordable. Mix the place is a strategic location and easy to access with a large parking area and security is guaranteed. The promotional mix carried out is offering via social media whatsapp, facebook and instagram and providing discounts, mixing people by providing friendly and polite service. Process mix by providing easy, fast and thorough transaction processes. A combination of physical evidence with the attractiveness of a wide view of the place, the service process can be carried out online or offline. The infrastructure used to support business activities is adequate.

Keywords : Marketing Strategy, 7P Marketing Mix, Travel Agency, Business Competition