

ABSTRAK

Muhammad Kholid, 1520310189, Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Dan Daya Saing Produk (Studi Pada Pengrajin Rebana di Desa Bategede Nalumsari Jepara)

Latar belakang yang mendorong penelitian ini adalah berdasarkan fenomena yang terlihat bahwa pengrajin rebana di Desa Bategede selalu bertambah. Dengan adanya fenomena ini tentu antar pengrajin rebana harus bersaing untuk menarik konsumen. Namun uniknya ada beberapa pengrajin rebana yang sudah berdiri puluhan tahun, bahkan bisa dibilang pengrajin rebana ini merupakan pengrajin rebana pertama yang berada di Desa Bategede, yaitu pengrajin rebana Nailil Muna, Mawardi “Noor Said”, dan Mawardi “Ahmad Rofiq. Meskipun semakin hari banyak bermunculan pesaing baru akan tetapi ketiga pengrajin rebana ini masih bisa bertahan hingga sekarang, bahkan ketenarannya pun bisa dibilang masih belum bisa tersaingi dengan pengrajin baru. Inilah yang menjadikan peneliti penasaran dengan cara ketiga pengrajin rebana ini mampu bertahan hingga sekarang.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran pengrajin rebana di Desa Bategede dalam meningkatkan volume penjualan dan daya saing produk. Mengetahui dan menganalisis langkah inovatif yang ditempuh oleh pengrajin rebana di Desa Bategede dalam meningkatkan volume penjualan dan daya saing produk. Mengetahui kendala yang dihadapi pengrajin rebana di Desa Bategede sekaligus cara mengatasinya.

Hasil penelitian menunjukkan strategi pemasaran yang digunakan oleh pengrajin rebana di Desa Bategede adalah dengan melakukan pengenalan produk, penitipan produk di toko, memperkuat relasi, dan memprioritaskan kualitas. Selain itu mereka juga melakukan berbagai inovasi seperti inovasi harga, inovasi produk, dan inovasi produksi. Meskipun banyak masalah yang dihadapi oleh pengrajin rebana di Desa Bategede, mereka selalu punya solusi.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Daya Saing, Volume Penjualan