

Abstrak

UD Rembulan Printing adalah salah satu perusahaan yang terlibat dalam bisnis Digital Printing. Untuk mengkaji penerapan strategi pemasaran, penelitian deskriptif telah dilakukan, menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi sebagai instrumen. Strategi yang diamati dalam penelitian ini terdiri dari strategi pemasaran termasuk segmentasi pasar, penargetan, strategi produk, strategi penetapan harga, strategi promosi, dan tempat / lokasi strategi, atau lebih tepatnya bauran pemasaran. Strategi ini diperiksa melalui studi statistik deskriptif.

Secara singkat hasil penelitian menunjukkan bahwa UD Rembulan Printing mempraktekkan strategi sebagai berikut. Segmentasi pasar didasarkan pada demografi dan geografis. Target pasar adalah milik perusahaan publik dan lembaga, pendidikan, dan acara. Strategi produk dipraktekkan oleh yang diamati perusahaan melalui kebijakan produk dengan menentukan kualitas, klasifikasi produk, pengembangan produk dengan penambahan produk baru, penentu kualitas mesin, dan desain produk. Strategi penetapan harga menggunakan harga dasar, orientasi pesaing, diskon, dan permintaan pasar. Strategi promosi menggunakan banner iklan dan brosur, publik seminar relasi / acara, penjualan pribadi, pemasaran langsung internet / facebook, dan mulut ke Mulut. Strategi tempat menggunakan distribusi langsung dan menentukan strategi di pusat kota sumenep dan menjangkau konsumen dengan membuka cabang di daerah pinggiran kota sumenep. Untuk meningkatkan volume penjualan.

penelitian ini juga menggunakan pendekatan matrik SWOT dan penilaian matrik SWOT IFE dan IFA untuk mengetahui seberapa besar kekuatan dan peluang yang dimanfaatkan dan seberapa besar untuk menjahui dan memperbaiki kelemahan dan ancaman yang ada.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Matriks SWOT, Digital Printing

Abstract

UD Rembulan Printing is one of the companies that involved in Digital Printing business. In order to examine the marketing strategy implemented, descriptive study has been conducted, uses interview, observation, and documentation as instruments. The strategy that observed in this study consist of marketing strategy including market segmentation, targeting, product strategy, pricing strategy, promotional strategy, and place/ location strategy, or more precisely the marketing mix. These strategies are examined through descriptive statistic study.

Briefly the result shows that UD Rembulan Printing practiced the strategy as follows. Market segmentation is based on the demographic and geographic. The target market is company's public and institutions, education, and events. Product strategy is practiced by the observed firms through product policy by determine the quality, product classification, product development with the addition of new products, determinant of the quality of the machine, and product design. Pricing strategy used basic pricing, competitor orientation, discounts, and market demand. Promotion strategy used advertising banner and brosur, public relation seminar/ event, personal selling, direct marketing internet/facebook, and Word of Mouth (WoM). Strategy where using direct distribution and determining strategy in downtown sumenep and reaching consumers by opening branch in suburb of sumenep. to increase sales volume.

the study also used a SWOT matrix approach and IFE and EFA SWOT matrix assessment to find out how much strength and opportunities are utilized and how much to know and correct existing weaknesses and threats.

Key words : Marketing Strategy, Matriks SWOT, Digital Printing