

ANALYSIS OF MARKETING STRATEGY AND COMPETITIVENESS OF SALES AT UD. YOGA PUTRA BANGKIT SAMBENG LAMONGAN

KHARISMA MEGA MEI NUR AIN

NIM : 041910015

ABSTRACT

Marketing strategies are designed to increase opportunities where consumers will have a positive opinion of certain products, services and brands, then try these products, services and brands and then buy them repeatedly.

This study aims to find out how the right strategy to increase sales at UD. Yoga Putra Bangkit and how to increase company competitiveness to increase sales at UD. Yoga Putra Bangkit.

his research uses a descriptive research method with a qualitative approach. Using a SWOT analysis tool.

Based on the research results obtained from the results of the SWOT analysis Strength score (Strenght) 2.4, Weakness (Weakness) 1.38, Opportunity (Opportunity) 2.12, and Threats (Threats) 0.44. Based on the diagram above, the difference between the strengths and weaknesses scores, the strength score is higher than the weakness with a difference of 1.02, while the opportunity and threat scores have a higher opportunity value with a difference of 1.68 so it can be concluded that the company's position is in quadrant 1 which is a very favorable situation for UD. Yoga Putra Rise has opportunities and strengths so that they can take advantage of the opportunities that exist.

The strategy that can be implemented by UD. Yoga Putra Bangkit in increasing sales competitiveness is (Strenght) by prioritizing product quality, (Weakness) Promotional activities that are not maximized, (Opportunity) being able to compete with other furniture businesses, and (Threat) increasing number of competitors with the same business and Competitiveness that can be applied by UD. Yoga Putra Bangkit is to improve the quality of human resources owned by its employees, ensure product quality and provide professional services.

Key Words : Marketing Strategy, Competitiveness

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN DAYA SAING PERUSAHAAN
TERHADAP PENJUALAN PADA UD. YOGA PUTRA BANGKIT
SAMBENG LAMONGAN**

KHARISMA MEGA MEI NUR AIN

NIM : 041910015

RINGKASAN

Strategi pemasaran dirancang untuk meningkatkan peluang dimana konsumen akan beranggapan positif terhadap produk, jasa dan merek tertentu kemudian akan mencoba produk, jasa dan merek tersebut dan kemudian membelinya berulang-ulang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan pada UD. Yoga Putra Bangkit dan bagaimana peningkatan daya saing perusahaan untuk meningkatkan penjualan pada UD. Yoga Putra Bangkit.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menggunakan alat analisis SWOT.

Berdasarkan hasil penelitian di peroleh dari hasil analisis SWOT skor Kekuatan (*Strenght*) 2,4, kelemahan (*Weakness*) 1,38, Peluang (*Opportunity*) 2,12, dan Ancaman (*Threats*) 0,44. Berdasarkan diagram di atas bahwa nilai selisih skor kekuatan dan kelemahan , nilai skor kekuatan lebih tinggi dari kelemahan dengan selisish 1,02, Sedangkan nilai skor peluang dan ancaman lebih tinggi nilai peluang dengan selisih 1,68 sehingga dapat di simpulkan bahwa posisi perusahaan pada kuadran 1 yang merupakan situasi yang sangat menguntungkan bagi UD. Yoga Putra Bangkit memiliki peluang dan juga kekuatan sehingga bisa memanfaatkan peluang yang ada.

Strategi yang bisa diterpkan oleh UD. Yoga Putra Bangkit dalam meningkatkan daya saing penjualan adalah (*Strenght*) dengan mengutamakan kualitas produk, (*Weakness*) Kegiatan promosi yang belum maksimal, (*Opportunity*) mampu bersaing dengan usaha furniture lain, dan (*Threat*) semakin banyaknya pesaing bisnis yang sama dan Daya saing yang bisa diterapkan oleh UD. Yoga Putra Bangkit adalah meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang dimiliki karyawanya, memastikan kualitas produk dan memberikan layanan yang professional.

Kata kunci : *Strategi Pemasaran , Daya Saing.*