

ABSTRAK

Karimah, Iva Dhatul, 2012 SKRIPSI. Judul: “Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) (Studi Kasus Pada UKM GS4 *Woodcraft*)”

Pembimbing : Yayuk Sri Rahayu, SE., MM.

Kata Kunci : Usaha kecil dan menengah (UKM), Strategi pemasaran

Usaha kecil dan menengah (UKM) sebagai jaring pengaman perekonomian di saat perusahaan besar berada pada pasar yang penuh dengan persaingan. Untuk itu dibutuhkan strategi pemasaran dalam bertahan di pasar tersebut. Pemasaran merupakan bagian penting dalam suatu usaha yang memperkenalkan usahanya dan menjual produknya kepada konsumen. Pemilik atau manajer UKM sering memahami pemasaran secara umum, sedangkan pemasaran yang umum atau teori pemasaran yang kompleks mungkin tidak sesuai untuk usaha kecil dan mungkin tidak akan membantu dalam memahami pasar mereka.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh UKM GS4 *Woodcraft* berdasarkan pemilihan pasar, perencanaan produk, penetapan harga, sistem distribusi dan komunikasi pemasaran (promosi). Selain itu untuk mengetahui peranan strategi pemasaran dalam perkembangan omset, asset, permintaan, tenaga kerja dan kemitraan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif untuk mendeskripsikan permasalahan dan hasil yang ada dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Data yang di dapat dianalisis dengan mereduksikan data kemudian disajikan dan ditarik kesimpulan untuk menjawab permasalahan.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa GS4 *Woodcraft* melakukan strategi pemasaran diantaranya dengan menetapkan pasar pada ibu-ibu dan anak-anak kalangan menengah ke atas, merencanakan produk sebagai produk khas kota malang dengan menonjolkan karakteristik produk GS4, melakukan penetapan harga berdasarkan wilayah serta penetapan harga dengan sistem *loss leader pricing* serta *demand oriented pricing*, untuk sistem distribusi yang digunakan adalah distribusi langsung dan distribusi tidak langsung yang ketat dan pada komunikasi pemasaran dilakukan secara langsung dengan pameran dan internet, selain itu juga dengan hubungan masyarakat. Dari strategi pemasaran yang dilakukan terdapat perannya terhadap perkembangan omset dan asset, permintaan, tenaga kerja dan kemitraan yang dilakukan oleh UKM GS4 *Woodcraft*.