

ABSTRAK

Mukarrom, Nasikh. 2013. SKRIPSI. Judul : “ Penerapan Strategi *Marketing Mix* Guna Menghadapi Persaingan Global di Industri Logam Kota Pasuruan (Studi Kasus di UD. Sari Alam Diesel)”

Pembimbing : Dr. Ir. Masyhuri, MP

Kata Kunci : Strategi *Marketing Mix*, Persaingan.

Dewasa ini persaingan di industri logam yang semakin ketat dimana pesaing saat ini bukan hanya datang dari dalam kota melainkan datang dari luar negeri, hal ini merupakan sebuah tuntutan bagi pelaku industri logam khususnya UD. Sari Alama Diesel yang berada di kota pasuruan agar mampu bersaing dalam kondisi persaingan yang semakin kompleks jika tidak ingin tergusur oleh pesaingnya, untuk itu perlu diberlakukan terobosan – terobosan kebijakan agar mampu bertahan dalam bisnisnya. Salah satu strategi untuk menghadapi persaingan di pasar dengan mengacu pada prinsip dasar pemasaran yaitu marketing mix.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data – data yang berhubungan dengan penelitian ini didapatkan melalui observasi secara langsung, wawancara dengan informan terkait, dan dokumentasi. Untuk pengembangan data guna mendapatkan keabsahan data peneliti menggunakan metode triangulasi data yaitu pemilik perusahaan, karyawan, dan pelanggan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi marketing mix yang dilakukan oleh UD. Sari Alam Diesel masih belum maksimal, hal ini tergambarkan dengan manajemen operasional dari proses pembuatan produk yang tidak teratur dalam artian belum adanya pembagian pekerjaan yang jelas kepada pegawai sehingga mengakibatkan inefisiensi dan tidak efektif. Disamping itu penetapan harga produk yang masih tergolong tradisional yaitu dengan cara harga bahan baku dikalikan 60% - 70%, sehingga tidak ada perhitungan biaya – biaya secara terperinci yang mengakibatkan ketidak jelasan laba yang diperoleh. Dan sistem distribusi produk yang masih sangat lemah yaitu berproduksi jika ada pesanan, hal ini mengakibatkan kebergantungan kepada pasar. Serta promosi yang masih minim yaitu hanya melalui world of mouth tanpa memanfaatkan media promosi yang lain. Untuk kondisi persaingan di industri logam sendiri tidak sehat yaitu persaingan harga.