

ABSTRAK

Isnaini Abdul Hamid.2022 *Strategi Pemasaran Barang Di UD Tas Tabun (studi di desa kembang sari kecamatan jati banteng kabupaten situbondo.*
Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Nurul Jadid. Pembimbing (I)
Moh idi Ghufroon, M.Ei (II) Fahrudin, MM

Kata Kunci : Strategi dan Pemasaran Barang

Permasalahan pokok pada penelitian ini adalah Strategi Pemasaran Barang di Toko UD tas tabun Desa Kembangsari Kecamatan Jatibanteng, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran barang di Toko UD tas tabun. .

Jenis Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif deksriptif, yaitu penelitian yang bertujuan mendeksripsikan hasil penelitian yang ditemukan oleh penulis di lapangan. Sumber Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer melalui studi lapangan (field research) dengan wawancara kepada Pimpinan Toko , pegawai dan pelanggan. Data sekunder melalui profil Desa kembangsari dan Toko UD Tas tabun yang meliputi foto kegiatan jual beli. Analisis data yang digunakan yakni, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa di Toko UD Tas tabun telah berjalan sebagaimana semestinya. Hal tersebut dapat dilihat dari menentukan penawaran dan memahami kebutuhan serta minat atau kemauan pelanggan yang telah dilakukan di Toko UD tas tabun dalam menghadapi persaingan. Dalam menetapkan target pasar dapat dilihat dari mengevaluasi segmen pasar, memilih segmen pasar sasaran, dan mampu menghasilkan nilai pelanggan,Diferensiasi pasar dan positioning dapat dilihat dari mengembangkan posisi pasar bagi produk dan merencanakan posisi yang dapat membedakan produk mereka dari produk lain namun kenyataan tidak perbedaan. Hal ini dikarenakan Toko UD tas tabun menjual produk yang sama dengan produk pesaing.