BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Strategi pemasaran UD. Mebel Makmur Jaya Abadi berkaitan dengan bauran pemasaran, yaitu barang, penjualan, promosi, dan harga. Untuk produk UD. Furnitur Jaya Abadi ini berbagai macam, mulai dari pintu, meja, kursi, lemari, dll. Penjualan masih mengandalkan walk in, sehingga kekuatan pasar di Kabupaten Dompu, Kecamatan Manggelewa, belum bisa digarap. Promosinya tetap menggunakan pilar utama word of mouth, yaitu metode pemasaran yang pas dengan konsep pemasaran syariah tapi bersumber dari UD. Furniture Makmur Jaya Abadi ingin menggunakan teknologi untuk memperbaiki metode periklanannya terkini, seperti: B. memperluas penggunaan materi iklan sebagai metode periklanan untuk menembus segmen pasar yang lebih luas. Anda juga. Mebelmakmur Jaya Abadi juga menjalankan Branding untuk mendorong konsumen membeli. Jadi dengan harga yang terjangkau bisa juga dibeli oleh kalangan menengah ke bawah.
2. Metode STP (segmentasi, targeting dan positioning) di UD. Mebelmakmur jaya selamanya dibuat mengikuti tren pasar sekarang. Strategi UD. Makmur Jaya Abadi Furniture, terbiasa menghadapi persaingan pasar, memberikan pelayanan maksimal yang ramah, testimoni pembeli, memperluas jangkauan serta meningkatkan kualitas dan standar barang. Cara ini merupakan produk UD. Makmur Jaya Abadi Furniture mampu

bersaing dengan produk pesaing yang sudah ada di pasaran. Anda juga dengan strategi ini. Mebel Makmur Jaya Abadi juga bisa bertahan dalam keadaan sekarang, yang menyebabkan banyak perusahaan menawarkan barang pengganti yang bahkan dapat mengubah kedudukan furnitur kayu.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Relatif terhadap strategi furnitur UD. Furnitur Makmur Jaya Abadi ini harus fokus pada penjualan dan promosi Anda. Untuk penjualan sebaiknya menambah showroom/outlet khusus untuk menjual produk anda, sehingga konsumen tidak perlu menunggu untuk langsung ke tempat produksi.
2. Dalam hal publisitas, dari mulut ke mulut menjadi hit, UD. Makmur Jaya Abadi Furniture dapat menambahkan metodologi menggunakan teknologi yang ada untuk menembus segmen pasar yang lebih besar.
3. UD. Makmur Jaya Abadi juga harus melakukan pengembangan produk untuk mengantisipasi produk substitusi dan sejenis di pasaran, menciptakan produk baru dengan desain yang lebih inovatif dan menyesuaikan dengan selera konsumen saat ini.
4. UD. Makmur Jaya Abadi Furniture perlu mengoptimalkan segmentasi pasar yang ada dan fokus pada orientasi dan positioning produk. memenangkan Mindshare. Jadi diharapkan bahwa UD. Mebel Makmur Jaya Abadi ini bisa meraih pangsa pasar.

DAFTAR PUSTAKA

(http://www.seputarpengetahuan.com/2015/02/10-pengertian-strategi ahlinya.html) Menurut.

Alma, Buchari, 2004, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Keenam, Alfabeta, Bandung.

Andi Wibowo, Dimas Hendika Dan Arifin, Zainul Serta Sunarti. 2015. *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pada Batik Diajeng Solo)*. Jurnal. Malang: Universitas Brawijaya

Arikunto, S (2002). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Armstrong dan Kotler. 1999. *Prinsip- Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

Asmara, Anugerah Yuka dan Rahayu, Sri.2015. *Meningkatkan daya saing industri kecil menengah melalui inovasi dan pemanfaatan jaringan sosial: pembelajaran dari klaster industri software di india.* Jurnal. Pappiptek LIPI

Assauri, Sofjan, 2007. *Manajemen Pemasaran*, Rajawali Pers, Jakarta.

Badan Pusat Statistik (BPS). Pengertian Industri. (http://www.gurupendidikan.com/20-pengertian-industri-menurut-paraahli/html)

Basu Swasta DH., dan T. Hani Handoko. 1997. *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.

Basu Swastha Dharmmesta dan T. Hani Handoko. (2000). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta

Basu Swastha, DH dan Irawan. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern.* Yogyakarta: Liberty.

Basu, Swastha dan Irawan, (1999), *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi 2. Yogyakarta : Liberty

Basu, Swastha Dharmmesta dan T. Hani Handoko. (2000). *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta

Buchari Alma, (2006). *Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Bandung: Alfabeta

Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel. 2001. Pemasaran. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat

David, Fred R., 2005, *Strategic Management, Concept & Cases*,10th edition, Prentice Hall, New Jersey

Dharmesta dan Irawan, 2005, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua. Yogyakarta: Liberty

Dharmmesta & Handoko, 1997, *Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen.* Yogyakarta: BPFE

Dhewanto, wawan dkk 2015, *Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil & Mikro*. Bandung: ALFABETA

Dirgantoro, Crown. (2004). *Manajemen Strategik: Konsep, Kasus, dan Implementasi*. Jakarta:PT. Gramedia.

Djaslim Saladin.2006. *Manajemen Pemasaran.* Edisi IV. Bandung : Linda Karya.

Fandy Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran.* Edisi Ketiga, p.355, 357, 359. Yogyakarta: Penerbit Andi

Fandy Tjiptono. 1999. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Cetakan ketiga, Andi

Freddy, Rangkuti. 2006. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.

Griffin, Ricky W. 2004. *Manajemen; edisi ketujuh jilid* 2. Jakarta: Erlangga Jatmiko, Rammad Dwi. 2003. *Manajemen Stratejik*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press.

Jatmiko, RD, 2004, *Manajemen Strategik*, Edisi Pertama, UMM Press, Malang.

Kasali, Rhenald. (2007). *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi Targeting Positioning*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga 127

Kotler, Philip & Kevin L. Keller. 2012. *Marketing Managemen*, 14*th* edition.New Jersey: Prentice Hall

Kotler, Philip dan gary Armstrong, 2003, Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kesembilan, Jakarta: PT. Indeks Gramedia

Kotler, Philip, (1994), *Marketing Management ; Analysis, Planning, Implementation and Control (8th ed)*, International Edition, Englewood Cliffs, Prentice Hall, New Jersey.

Kotler, Philip. (1993). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, (Diterjemahkan oleh Adi Zakaria Afif). Yogyakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Kotler, Philip. (1995). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta : Prenhallindo.

Kotler, Philip. 1999. *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. Edisi Milenium. Jakarta: PT. Prenhallindo

Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, terj : Hendra Teguh dan Ronny Antonius Rusly, Edisi 9, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT Prenhalindo

Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta: Erlangga

Lamb, Hair, McDaniel. (2001). *Pemasaran*. Buku -1. PT. Salemba Emban Raya, Jakarta.

Lestari, Wiji dan Syarief, Rizal serta Sumantadinata, Komar. 2013. *Strategi Peningkatan Daya Saing Tuna Olahan Indonesia di Pasar Internasional*. Jurnal. Manajemen IKM

Lupiyoadi , Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT. Salemba Empat.

Moleong, Lexy J. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Muhardi 2007. *Strategi Operasi Untuk Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: Garaha Pustaka

Philip Kotler.1993.*Manajemen Pemasaran, Perencanaaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT Rosdakarya 128

Purhantara, Wahyu. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Rangkuti, F., 2006, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. cetakan keduabelas. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Rangkuti, Freddy. ((2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. GramediaPustakaUtama.

Rhenald, Kasali (1998). *Membidik Pasar Indonesia*, STP. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Saladin, Djaslim dan Oesman, Yevis Marty. 2002. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran Strategik*. Jakarta: Balai Pustaka

Saladin, Djaslim, 2003, *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Cetakan Ketiga. Bandung: Linda Karya

Silvia, Hanna dan Syamsun, Muhammad serta Kartika, Lindawati. 2015. *Analisis Strategi Peningkatan Daya Saing Komoditas Kentang di Kabupaten Karo, Sumatera Utara*. Jurnal. Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia (JIPI)

Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, 2002. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: LP3ES.

Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kunatitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.

Sugiyono, 2006, *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan Ketujuh, Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono. 2006. Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta

Sutisna, 2004, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung:

Remaja. Rosdakarya Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta,

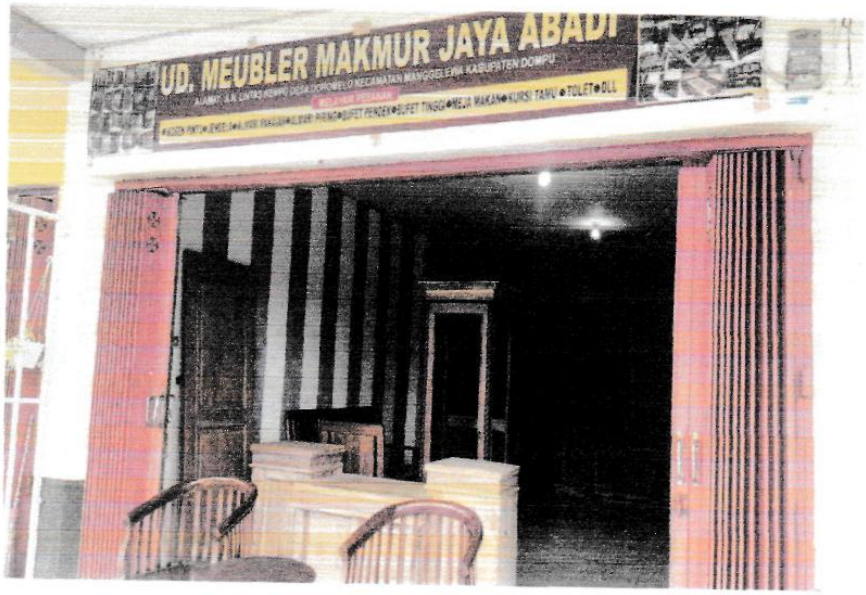
LAMPIRAN-LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA PENEL1TIAN

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING (Studi Kasus Pada Industri Mebel Kayu Jati Kabupaten Dompu)"

1. Siapa nama pemilik mebel dan sejak kapan mebel berdin ?
2. Dimana lokasi berdirinya lokasi usaha ini?
3. Bagai mana sejarah berdinya mebel?
4. Modal untuk mendirdikan usaha in berapa?
5. Alasannya apa mendirikan usalia mebel dengan nama tersebut?
6. Apa dan bagai mana visi dan misi mebel tersebut?
7. Apakah usaha ini sudah mempunyai izin resmi?
8. Bagaimana struktur organisasi?
9. Produk apa aja yang di miliki mebel?
10. Bagai mana proses prekrutan tenaga kerja?
11. Apa yang membedakan dengan produk lain?
12. Bagaimana cai'a strategi pemasaran produk yang dilakukan UD. Mebel makmur jaya abadi?
13. Menanyakan tentang strategi pemasaran yang dilakukan UD.Mebel Makmur Java Abadi dalam merebut persaingan pasar

LAMPIRAN



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
E-mail :ummataram@telkom.net.
Website :http://unmuhmataram.com
JL. K. H. Ahmad Dahlan No. 1 Telp. (0370) 633723 Mataram

KARTU KONSULTASI

Nama Mahasiswa : Arbain Asnawi
NIM : 216120079
Dosen Pembimbing I : Drs. Mintasrihardi, M.H.
Judul : Analisi strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing (Studi pada industr mebel kayu jati kabupaten dompu)

No	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
1	Jum'at 5/2 21	- Perbaiki Pengetikan. - Tambah materi di bab II atau di pembahasan.	
2			
3	Selasa 9/2 21	- Berikan keterangan pada kutipan terdahulu - ACC ujian setelah diperbaiki sesuai dgn arahan Pembimbing	
4			
5			

Mengetahui
Kaprodi Administrasi Bisnis

Lalu Hendra Maniza, S.Sos.,M.M.
NIDN: 0828108404

Mataram, 5 Januari 2021
Dosen Pembimbing I

Drs. Mintasrihardi, M.H.
NIDN: 0830016101

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI "B"
Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Tel. 639180-633723 Mataram

LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama : **ARBAIN ASNAWI**

NIM : **216120079**

Konsentrasi : **Ilmu Administrasi Bisnis**

Dosen Pembimbing 2: Sulhan Hadi, SE., M.M

Judul Skripsi :**Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada Industri Mebel Kayu Jati Kabupaten dompu)**

No	Tanggal Masuk Bimbingan	Tanggal Keluar Bimbingan	Materi Konsultasi	Catatan Saran Perbaikan	Paraf Pembimbing
1.			Bab IV,		
2.			Teknik wawancara.		
3.			Ketikan wawancara (strategi Pemasaran)	Acc Ujian	
4.					

Mataram, 27Januari 2021

Mengetahui,

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis
Ketua

Lalu Hendra Maniza, S.Sos, MM
NIDN : 082810404

Dosen Pembimbing 2

Sulhan Hadi, SE., M.M.
NIDN : 08013038202

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI
Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram

BERITA - ACARA

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : **ARBAIN ASNAWI**
NIM : 216120079
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Konsentrasi : ENTREPRENEUR
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : ***"Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing (Studi Kasus Pada Industri Mebel Kayu Jati Kabupaten Dompu)".***

KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DIUJI

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistimatika	2	3,2	6,4	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3,2	6,4	
3	Wawasan Pengetahuan	2	3,5	7	
4	Met odologi	3	3,3	9,9	
5	Penyajian Data	3	3,4	10,2	
6	Analisa Data	4	3,5	14	
7	Kesimpulan	2	3,2	6,4	
8	Konsistensi Bahasan	3	3,5	10,5	
9	Bahasa	2	4	8	
10	Sikap	2	4	8	
	Jumlah	25		86,8	

IP = TOTAL BN / TOTAL B = 86,8 / 25 = 3,47

Mataram, 15 Februari 2021
Penguji Netral,

Baiq Reinelda Tri Yunarni, S.E., M.Ak
NIDN. 0807058301

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI
Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram

BERITA - ACARA

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : **ARBAIN ASNAWI**
NIM : 216120079
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Konsentrasi : ENTREPRENEUR
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : ***"Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing (Studi Kasus Pada Industri Mebel Kayu Jati Kabupaten Dompu)".***

KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DIUJI

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistimatika	2	4	8	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3,5	7	
3	Wawasan Pengetahuan	2	4	8	
4	Metodologi	3	3,5	10,5	
5	Penyajian Data	3	3,5	10,5	
6	Analisa Data	4	3,5	14	
7	Kesimpulan	2	3	6	
8	Konsistensi Bahasan	3	3,5	10,5	
9	Bahasa	2	4	8	
10	Sikap	2	4	8	
	Jumlah	25			

TOTAL BN 90,5
IP ---------- $\frac{90,5}{25}$ = 3,62

Mataram, 15 Februari 2021
Penguji Utama,

Drs. Mintasrihardi, M.H.
NIDN. 0830016101

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI
Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram

BERITA - ACARA

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : **ARBAIN ASNAWI**
NIM : 216120079
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Konsentrasi : ENTREPRENEUR
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : ***"Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing (Studi Kasus Pada Industri Mebel Kayu Jati Kabupaten Dompu)".***

KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DIUJI

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistimatika	2	3	6	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3	6	
3	Wawasan Pengetahuan	2	3	6	
4	Metodologi	3	3,5	10,5	
5	Penyajian Data	3	3	9	
6	Analisa Data	4	3	12	
7	Kesimpulan	2	A	8	
8	Konsistensi Bahasan	3	3	9	
9	Bahasa	2	A	8	
10	Sikap	2	A	8	
	Jumlah	25		82,5	

TOTAL BN
IP ---------- 82,5 = 3,3
TOTAL B 25

Mataram, 15 Februari 2021
Penguji Pendamping,

Sulhan Hadi, S.E., M.M
NIDN. 0813038202

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI
Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram

BERITA - ACARA

Pada hari ini **Senin** Tanggal **15** Bulan **Februari** Tahun **2021** pukul **10.30 Wita** telah diselenggarakan **Ujian Skripsi** bertempat di Ruang Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram dan dinyatakan LULUS / TIDAK LULUS dengan predikat CUKUP / MEMUASKAN / SANGAT MEMUASKAN / CUM LAUDE, Mahasiswa :

Nama : **ARBAIN ASNAWI**
NIM : 216120079
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi :***"Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing (Studi Kasus Pada Industri Mebel Kayu Jati Kabupaten Dompu)".***

Rekap Nilai dari masing-masing Team Penguji sebagai berikut :

No	Nama Team Penguji Skripsi	Jabatan	IP Yang Diberikan
1	Drs. Mintasrihardi, M.H. NIDN. 0830016101	PU	3,62
2	Sulhan Hadi, S.E., M.M NIDN. 0813038202	PP	3,3
3	Baiq Reinelda Tri Yunarni, S.E., M.Ak NIDN. 0807058301	PN	3,47
	TOTAL		

Al IP = Jumlah IP / Jumlah Penguji = 10,39 / 3 = 3,46

Mataram, 15 Februari 2021

TIM PENGUJI SKRIPSI

Penguji Utama,	Penguji Pendamping,	Penguji Netral,
Drs. Mintasrihardi, M.H. **NIDN. 0830016101**	**Sulhan Hadi, S.E., M.M** **NIDN. 0813038202**	**Baiq Reinelda Tri Yunarni, S.E., M.Ak** **NIDN. 0807058301**