

ABSTRAK

Evi Susanti. 2022. Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Jasa Pengiriman Expedisi Barang (studi kasus Saghara express kalisangka kec. Arjasa kangean). Skripsi : Program Studi Manajemen Fakultas ekonomi dan bisnis Universitas wiraraja Madura. Pembimbing : Dina Kurniawati, S.E., M.M

Di era modern ini teknologi telekomunikasi dan internet telah menyebabkan perubahan budaya kita sehari-hari di era yang disebut era informasi, media elektronik menjadi salah satu media adalah komunikasi dan bisnis. Dalam hal pemasaran yang selalu menerapkan prinsip-prinsip kedisiplinan dari organisasi agar dapat menarik minat konsumen untuk menggunakan jasa dari organisasi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana menerapkan strategi pemasaran yang diterapkan dalam menghadapi persaingan metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk strategi pemasaran di sini Saghara express menggunakan promosi seperti halnya menggunakan sosial media, serta memasang banner dan bersikap baik kepada konsumen juga manfaat strategi tersebut memberikan kebaikan berupa keuntungan dengan mempengaruhi para konsumen supaya berniat menggunakan jasa tersebut.

Kata kunci : Strategi, Pemasaran, Saghara express.

ABSTRACT

Evi Susanti, 2022. *Marketing Strategy in Facing Competition for Expeditionary Freight Forwarding Services (case study of Saghara express kalisangka sub-district Arjasa kangean)*. Thesis : Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Wiraraja Madura University. Advisor : Dina Kurniawati, S.E., M.M

In this modern era, telecommunications and internet technology have caused changes in our daily culture in an era called the information age, electronic media has become one of the media for communication and business. In terms of marketing that always applies the principles of discipline from the organization in order to attract consumers to use the services of the organization.

The purpose of this research is to find out how to apply the marketing strategy that is applied in the face of competition. The research method used is descriptive qualitative research.

The results show that for the marketing strategy here, Saghara Express uses promotion as well as using social media, as well as installing banners and being kind to consumers as well as the benefits of this strategy providing benefits in the form of profits by influencing consumers to intend to use the service.

Keywords: *Strategy, Marketing, Saghara express.*