

ABSTRAK

Juwita Wulandari, 2024. Strategi Komunikasi Pemasaran dalam memasarkan produk pada outlet UD.DUNIAICE Sumenep. Skripsi, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wiraraja Madura. Pembimbing Very Andrianingsih, S.E., M.M.

Strategi Komunikasi Pemasaran merupakan sebuah strategi yang penting dilakukan perusahaan untuk menunjang penjualan maupun loyalitas konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan pada UD.DUNIAICE Sumenep, untuk mengetahui media pemasaran yang digunakan oleh UD.DUNIAICE dalam memasarkan produk, dan untuk mengetahui kepuasan pelayanan terhadap konsumen yang diberikan UD.DUNIAICE.

Penelitian ini dilakukan di UD.DUNIAICE, Kolor, Kecamatan Kota Sumenep. Jenis penelitian yang digunakan yaitu menggunakan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara kepada informan, observasi, serta dokumentasi. Sumber data pada penelitian ini bersifat primer dan sekunder. Teknik analisis data yang digunakan yaitu tahap reduksi, tahap penyajian data, dan tahap penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa UD.DUNIAICE sudah menerapkan strategi komunikasi pemasaran dengan cukup baik yang terdiri dari beberapa bauran strategi komunikasi pemasaran yaitu periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, dan penjualan personal, sehingga UD.DUNIAICE mampu meningkatkan keuntungan perusahaan serta memegang banyak sekali outlet atau mitra kerja Aice di Kabupaten Sumenep. Strategi komunikasi pemasaran diterapkan sebagai strategi utama di UD.DUNIAICE hingga saat ini agar meningkatkan pengingat bagi konsumen mengenai UD.DUNIAICE. adapun faktor kendala atau kekurangan pada UD.DUNIAICE ini yaitu kurangnya pemanfaatan media pemasaran yang digunakan serta program periklanan.

Kata Kunci : Bauran pemasaran, Media Pemasaran, Strategi Komunikasi Pemasaran.

ABSTRACT

Juwita Wulandari, 2024. *Marketing Communication Strategy in the marketing of products at the outlet UD.DUNIAICE Sumenep*. Thesis, Management Studies Program, Faculty of Economics and Business, Wiraraja Madura University. Guide Very Andrianingsih, S.E., M.M.

Marketing Communication Strategy is an important strategy carried out by companies to support sales and consumer loyalty.

This research aims to find out the marketing communication strategies applied to UD.DUNIAICE Sumenep, to know the marketing media used by UD. DUNIAICES in marketing products, and to know satisfaction of services to consumers provided by the UD. The type of research used is using qualitative research with case study methods. Data collection techniques in this research use interviews to informants, observations, as well as documentation techniques. The data sources in this study are primary and secondary. The data analysis techniques used are the reduction stage, the presentation stage, and the conclusion stage.

The results of this research show that UD.DUNIAICE has implemented a marketing communication strategy that consists of a mixture of marketing communication strategies, namely advertising, sales promotion, public relations, direct marketing, and personal sales, so that the company is able to increase profits and hold a large number of outlets or partners of Aice in Sumenep district. Marketing communication strategy has been implemented as the main strategy in UD. DUNIAICES to this day in order to improve reminders for consumers about UD.

Keywords: *Marketing Communication Strategy, Mixed Marketing, Media Marketing.*