

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Rizqi Fauzi (20080530056)

Strategi Promosi Perusahaan Kerudung Zuhra Magelang Dalam Mempertahankan Market Share Periode 2005-2012

Tahun Skripsi : 2013 + 99 Halaman

Daftar Pustaka : 21 Buku (1992-2012)

Salah satu produk lokal yang kini sedang berkembang pesat adalah industri kerudung. Perusahaan kerudung Zuhra merupakan perusahaan yang memproduksi kerudung di Magelang. Berkembangnya peluang usaha di bidang *fashion* kerudung, ternyata menimbulkan daya tarik para pembisnis konveksi kerudung. Sehingga saat ini banyak bermunculan *brand-brand* kerudung di Magelang. Dengan semakin berkembangnya kompetitor yang bergerak dalam bidang konveksi kerudung, dari model kerudung dan target audiens yang sama, tentunya memacu Perusahaan Kerudung Zuhra untuk lebih memaksimalkan atau menguatkan perusahaan agar dapat bersaing. Hingga saat ini pihak perusahaan kerudung Zuhra menyatakan bahwa Zuhra sendiri adalah *market leader* di Magelang dan untuk mempertahankan *market share* yang telah dicapai, Maka dari itu diperlukan suatu strategi promosi agar perusahaan dapat mencapai target penjualan dan mampu menghadapi para pesaingnya. Objek dari penelitian ini adalah Perusahaan Kerudung Zuhra. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi promosi yang dijalankan oleh perusahaan kerudung Zuhra dalam mempertahankan *market share*.

Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif, dengan jenis penelitian kualitatif. Lokasi penelitian adalah kantor Perusahaan Kerudung Zuhra yang beralamat di Jl. Pemuda Barat, Muntilan Magelang. Data diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan 6 orang informan, yaitu *owner*, manager dan marketing, 1 konsumen sub dealer, bagian keuangan dan 1 konsumen Zuhra, Metode pengumpulan data menggunakan wawancara, dokumentasi dan Juga didukung dengan beberapa data dari studi pustaka. Teknik analisis data yang dilakukan yaitu mereduksi data, menyajikan data dan menyimpulkan data.

Dengan demikian, peneliti melakukan penelitian mengenai strategi promosi pada Perusahaan Kerudung Zuhra dalam mempertahankan *market share*. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui strategi yang digunakan adalah dengan perencanaan, implementasi dan evaluasi. Sedangkan kegiatan promosi yang dilakukan melalui *promotion mix*, yaitu *sales promotion*, *direct marketing*, *personal selling*, *sponsorsip* dan *advertising*. *Market share* yang ingin dicapai juga sudah mengalami peningkatan di setiap tahunnya, hal ini menunjukkan bahwa program-program promosi yang dijalani Perusahaan Kerudung Zuhra sudah cukup efektif.

Kata kunci: strategi pemasaran, promosi market share