

ABSTRAK

Fesley Tohanda, 01011170296

“RENCANA PEMASARAN BISNIS MEBELSOHO”

(xv + 67: Gambar: 15; Tabel: 8)

Mebelsoho merupakan anak perusahaan dari PT. Chiara Allegra *Living* yang bergerak pada bidang *furniture* sejak tahun 2019. Produk yang dihasilkan Mebelsoho menggunakan jasa desainer dan pengrajin yang mengklaim bahwa perusahaan Mebelsoho menciptakan produk dengan kualitas yang terjamin dan adanya nilai unik tersendiri. Nilai unik tersebut merupakan adanya produk yang dihasilkan memiliki konsep gaya klasik modern, nilai klasik ditandai dengan adanya motif dan ukiran dari kayu yang memberikan kesan alami dan tradisional namun masing-masing dari bentuk *furniture* akan dilakukan studi sesuai dengan kehidupan masyarakat sekarang sehingga Mebelsoho dapat menawarkan solusi bagi permasalahan di lingkungan terutama mendukung *lifestyle* manusia dengan konsep minimalis dan praktis.

Penulisan dengan judul “Rencana Pemasaran Bisnis Mebelsoho” akan berfokus pada strategi pemasaran yang diterapkan Mebelsoho untuk meningkatkan penjualan dan Mebelsoho dapat berkembang sesuai dengan rencana peta jalan strategis hingga tahun 2023. Penulis melakukan analisis terkait analisis pasar, pesaing, penjualan dan SWOT untuk menemukan strategi yang paling tepat untuk Mebelsoho. Strategi paling tepat tersebut adalah strategi mempertahankan dan mengembangkan kualitas pelayanan untuk memperoleh loyalitas dari konsumen.

Penulis juga menggunakan pendekatan lima unsur dalam *promotion mix strategy* untuk memperkirakan strategi pemasaran Mebelsoho pada masa yang akan datang. (Kotler dan Armstrong, 2005) menyebutkan bahwa adanya lima unsur dalam *promotion mix strategy* yaitu *direct marketing*, *personal selling*, *sales promotion*, *public relation* dan *advertising*. Melalui pendekatan tersebut, penulis dapat memperkirakan strategi pemasaran Mebelsoho pada masa yang akan datang hingga *budget* untuk strategi pemasaran tersebut.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pelayanan dan Loyalitas, *Promotion Mix Strategy*