

## Abstrak

### Perencanaan Strategi Pemasaran Berdasarkan *Customer Value*

Penentuan strategi pemasaran merupakan hal yang krusial dalam proses menjalankan perusahaan. Konsep *customer value* menjadi semakin digunakan dalam strategi dan literatur pemasaran di beberapa tahun terakhir. Memahami kebutuhan dan keinginan *customer* merupakan hal penting dalam merancang strategi pasar yang efektif. Pembuat strategi harus mempertimbangkan kompleksitas faktor pada saat mengevaluasi dan memilih strategi pemasaran. CV Rumah Mesin merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang penyediaan dan pembuatan aneka jenis mesin. CV Rumah Mesin mengalami kesulitan dalam menjaga konsistensi penjualan yang berdampak pada omset penjualan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi tingkat kinerja dan harapan konsumen terhadap produk dan pelayanan di CV Rumah Mesin serta menyusun strategi pemasaran yang tepat berdasarkan hasil identifikasi kinerja dan harapan konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Modified Servqual* dan AHP. Dari hasil analisis dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat beberapa faktor yang harus ditingkatkan oleh perusahaan seperti pemberian garansi produk mesin, keamanan produk mesin, keamanan pengiriman produk, ketersediaan produk mesin yang bervariasi, serta perusahaan tidak akan pernah sibuk (mengabaikan) respon dari konsumen. Berdasarkan hasil segmentasi, target pasar yang tepat dipilih perusahaan adalah segmen 1 dan segmen 7. Pemilihan segmen pasar ini dikarenakan *customer value* yang ada sesuai dengan keinginan dan kemampuan perusahaan. *Customer value* tersebut adalah produk "Rumah Mesin" memberikan kenyamanan dalam pemakaian, produk "Rumah Mesin" mudah untuk dioperasikan, serta perusahaan memiliki karyawan yang perhatian dalam menanggapi permintaan dan keluhan dari konsumen.

**Kata kunci:** pemasaran, analisis gap, ahp, segmentasi

## **Abstract**

### ***Marketing Strategy Planning Based on Customer Value***

*Determination of marketing strategies is crucial in the process of running a company. The concept of customer value has become increasingly used in marketing strategies and literature in recent years. Understanding customer needs and desires is important in designing effective market strategies. Strategy makers must consider the complexity of factors when evaluating and choosing marketing strategies. CV Rumah Mesin is a company engaged in the supply and manufacture of various types of machinery. CV Rumah Mesin has difficulty in maintaining sales consistency which has an impact on sales turnover. The purpose of this study is to identify the level of performance and consumer expectations of products and services at CV Rumah Mesin and develop appropriate marketing strategies based on the results of identifying the performance and expectations of consumers. The method used in this research is Modified Servqual and AHP. From the results of the analysis and discussion of research that has been done, it can be concluded that there are several factors that must be improved by the company such as the guarantee of machine products, the safety of machine products, the safety of product shipments, the availability of various machine products, and the company will never be busy (ignoring ) response from consumers. Based on the results of segmentation, the right target market chosen by the company is segment 1 and segment 7. The choice of this market segment is due to the existing customer value in accordance with the wishes and abilities of the company. The customer value is that "Rumah Mesin" products provide comfort in use, "Rumah Mesin" products are easy to operate, and the company has employees who are attentive in responding to requests and complaints from consumers.*

*Keywords: marketing, gap analysis, ahp, segmentation.*