

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Pada Usaha Keripik Nugraha Food Tulungagung” ditulis oleh Nur Laina Sari, NIM 17402153495, yang dibimbing oleh Muhammad Aswad, M.A.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya persaingan antar pengusaha khususnya dalam menarik minat konsumen terhadap produk sehingga dapat meningkatkan daya saing bisnisnya. Salah satu cara adalah menerapkan strategi pemasaran. Strategi pemasaran harus disusun secara efektif guna meningkatkan keunggulan kompetitif di suatu perusahaan. Suatu perusahaan harus mampu menciptakan strategi yang tepat sebagai prioritas utama pada usaha yang dijalankan agar tetap menjaga eksistensi perusahaan.

Fokus dalam penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran Nugraha Food Tulungagung dalam meningkatkan daya saing UKM, (2) untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan strategi pemasaran Nugraha Food Tulungagung dalam meningkatkan daya saing UKM, (3) untuk mengetahui efektifitas penerapan strategi pemasaran Nugraha Food Tulungagung dalam meningkatkan daya saing UKM.

Jenis penelitian yang dipakai adalah penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) strategi pemasaran yang digunakan Nugraha Food Tulungagung adalah dengan melakukan segmentasi pasar, target pasar, posisi pasar, serta bauran pemasaran; (2) terdapat faktor pendukung dan penghambat yang mempengaruhi strategi pemasaran pada usaha keripik Nugraha Food Tulungagung; (3) strategi pemasaran yang dilakukan oleh Nugraha Food Tulungagung sudah cukup efektif dilihat dari peningkatan jumlah produksi dan jumlah penjualan dari tahun ke tahun.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Daya Saing, UKM.

ABSTRACT

Thesis entitled "Marketing Strategy in Increasing the Competitiveness of Small and Medium Enterprises (UKM) in chips business of Nugraha Food Tulungagung" written by Nur Laina Sari, NIM 17402153495, which mentored by Muhammad Aswad, M.A.

This research is motivated by a large amount of competition among entrepreneurs, especially in attracting consumers' interest in products, so that it can improve its business competitiveness. One of the way is to implement a marketing strategy. Marketing strategies must be arranged effectively to enhance competitive advantage in a company. A company must be able to create the right strategy as a top priority for the business being carried out in order to maintain the existence of the company.

The focus in this research is (1) to determine the application of the marketing strategy of Nugraha Food Tulungagung in increasing the competitiveness of UKM, (2) to find out the supporting and inhibiting factors in implementing the marketing strategy of Nugraha Food Tulungagung in improving UKM competitiveness, (3) to find out the effectiveness of the marketing strategy of Nugraha Food Tulungagung in increasing the competitiveness of UKM .

The type of research used is descriptive research that uses a qualitative approach. The method used in data collection is the method of interviews, observation, and documentation.

The results showed that (1) the marketing strategy used by Nugraha Food Tulungagung was to segment of market, target market, market position, and marketing mix; (2) there are supporting and inhibiting factors that influence the marketing strategy of the Nugraha Food Tulungagung chips business; (3) the marketing strategy carried out by Nugraha Food Tulungagung is quite effective in terms of the increase in the number of production and the number of sales from year to year.

Keywords: *Marketing Strategy, Competitiveness, UKM*