

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran Industri Bakery untuk meningkatkan Daya Saing dalam perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Af’dzol Bakery Karangrejo) ini ditulis oleh Zahrothul Alifah, NIM. 17402153001, pembimbing Dr. Hj. Nur Aini Latifah,S.E.,MM.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan bisnis bakery di Indonesia saat ini bisa dibidang cukup pesat. Keberadaan roti yang mulai disukai oleh semua lapisan masyarakat menjadikan usaha industri bakery menjadi usaha yang menjanjikan. Di Indonesia banyak dijumpai perusahaan bakery yang kecil yang tetap bertahan dan tetap mampu bersaing dan berkembang meskipun terkena dampak krisis ekonomi. Dengan banyaknya industri bakery para pesaing pun banyak bermunculan baik dari perusahaan yang berskala kecil maupun perusahaan yang berskala besar. Af’dzol Bakery sebagai salah satu perusahaan bakery yang ada di Tulungagung harus mampu mempertahankan kenggulan bersaingnya yang berkesinambungan.

Rumusan masalah penelitian ini (1) Bagaimana bauran pemasaran yang diterapkan oleh Af’dzol Bakery Karangrejo Tulungagung dalam perspektif ekonomi Islam (2) Bagaimana strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan daya saing dengan pesaing industri bakery lainnya (3) Apakah ada kendala dalam pemasaran produk dan bagaimana solusi yang harus dilakukan oleh af’dzol bakery Karangrejo Tulungagung. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif.

Tujuan penelitian ini dirancang untuk mengetahui : (1) strategi bauran pemasaran 7P yang diterapkan oleh Af’dzol Bakery Karangrejo, (2) strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan daya saing dengan pesaing industry bakery lainnya, (3) mengetahui kendala dalam pemasaran produk serta solusi yang dapat dilakukan oleh Af’dzol Bakery Karangrejo. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan datanya dengan dokumentasi, wawancara, dan observasi.

Hasil dari penelitian terhadap strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh Af’dzol Bakery karangrejo meliputi 7P dimana product yang dijual Af’dzol Bakery adalah roti dan donat. Dalam hal penentuan price, Af’dzol Bakery mematok harga yang sangat terjangkau untuk semua kalangan. Dalam penentuan place, Af’dzol Bakery menjual produk langsung ketangan konsumen. Dalam penentuan promotion Af’dzol Bakery melakukan promosi dengan cara mulut ke mulut. Mengenai people, Af’dzol Bakery memiliki 3 karyawan untuk ditempatkan dibagian masing-masing bidang. Mengenai Physical Evidence, Af’dzol Bakery Karangrejo Tulungagung memberikan senyum kepada konsumen, ramah kepada konsumen, tidak lupa dengan kerapian dalam pembungkusan kue. Strategi yang diterapkan meningkatkan daya saing dengan para pesaingnya dengan cara memberikan kualitas rasa yang baik, dan harga yang mampu bersaing dengan acuan sasaran yang ingin dituju.

Kata Kunci : *Strategi Bauran Pemasaran, Daya Saing*

ABSTRACT

Thesis entitled “Mix Strategy for Bakery Industry Marketing to increase Competitiveness in the perspective of Islamic Economics (A Study in Af’dzol Bakery Karangrejo)” written by Zahrothul Alifah, Student Registered Number 17402153001, Dr. Hj. Nur Aini Latifah, S.E., MM.

This research is motivated by the development of the bakery business in Indonesia recently which can be said to be quite rapid. The existence of bread which began to be liked by all levels of society made the bakery industry's business a promising business. In Indonesia, there are many small bakery companies that survive and remain able to compete and develop despite being affected by the economic crisis. With the many bakery industries the competitors have also sprung up both from small-scale companies and large-scale companies. Af’dzol Bakery as one of the bakery companies in Tulungagung must be able to maintain its continuous competitive advantage.

The formulations of this research problems are (1) How is the 7P marketing mix strategy applied by Af’dzol Bakery Karangrejo Tulungagung in Islamic economic perspective (2) What is the appropriate marketing strategy to increase competitiveness with other bakery industry competitors (3) Are there obstacles in product marketing and how the solution that must be done by Af’dzol Karangrejo Tulungagung bakery. This research is a kind of descriptive qualitative research.

The purpose of this study is designed to find out: (1) the 7P marketing mix strategy adopted by Af’dzol Bakery Karangrejo, (2) the appropriate marketing strategy to increase competitiveness with other bakery industry competitors, (3) the obstacles in product distribution and its solution which can be done by Af’dzol Bakery Karangrejo. This type of research is descriptive qualitative research. Data collection techniques with documentation, interviews, and observation.

The results of the research on the marketing mix strategy adopted by Af’dzol Bakery Karangrejo include 7P where the product sold by Af’dzol Bakery is bread and donuts. In terms of determining the price, Af’dzol Bakery sets a very affordable price for all people. In determining place, Af’dzol Bakery sells products directly to consumers. In determining the promotion, Af’dzol Bakery promote by mouth to mouth. Regarding people, Af’dzol Bakery has 3 employees to be placed in the respective fields. Regarding Physical Evidence, Af’dzol Bakery Karangrejo Tulungagung gives a smile to consumers, is friendly to consumers, and does not forget about neatness in cake wrapping. The strategy applied increases competitiveness with its competitors by providing good quality taste, and prices that can compete with reference target to be addressed.

Keywords: *Marketing Mix Strategy, Competitiveness*