

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah Kerajinan Kulit Amanda Dalam Meningkatkan Penjualan” ini ditulis oleh Maria Ulfa, NIM.17402163522, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung, pembimbing Nurul Fitri Ismayanti, M.E.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan persaingan usaha yang semakin ketat, maka perusahaan dituntut untuk mampu mengantisipasi ancaman dari para pesaing melalui strategi pemasaran yang dijalankan, salah satunya pada industri Kerajinan Kulit Amanda.

Fokus dalam penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran Kerajinan Kulit Amanda dalam meningkatkan penjualan UKM, (2) untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan strategi pemasaran Kerajinan Kulit Amanda dalam meningkatkan penjualan UKM, (3) untuk mengetahui solusi Kerajinan Kulit Amanda mengatasi hambatan penerapan strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan penjualan 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. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis data lapangan dengan menggunakan model Miles dan Huberman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) strategi pemasaran yang digunakan Kerajinan Kulit Amanda adalah dengan melakukan segmentasi pasar, target pasar, posisi pasar, serta bauran pemasaran (2) terdapat faktor pendukung dan penghambat yang mempengaruhi strategi pemasaran pada usaha Kerajinan Kulit Amanda. Faktor pendukung: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung dan media sosial. Faktor penghambat: ketidakpastian ketersediaan bahan baku, meningkatnya pesaing, keterlambatan dalam pengiriman barang pesanan, SDM (Sumber Daya Manusia), Modal dan Pemasaran (3) solusi Kerajinan Kulit Amanda dalam mengatasi hambatan yaitu menyimpan bahan baku sebagai barang cadangan, meningkatkan kualitas produk, melakukan pengiriman terlebih dahulu sebelum tanggal pemesanan sesuai estimasi sampai kepada konsumen, memberikan pelatihan, peminjaman modal pada lembaga keuangan dan terus mencari peluang lewat media, perorangan dan meningkatkan frekuensi promosi

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Penjualan, UKM.

ABSTRACT

Thesis entitled "Marketing Strategy of Small and Medium Enterprises (UKM) Amanda Leather Crafts in Increasing the Sale" written by Maria Ulfa, NIM 17402163522, which mentored by Nurul Fitri Ismayanti, M.E.I.

This research is motivated by the problem of increasingly fierce business competition, then companies are required to be able to anticipate threats from competitors through marketing management that is carried out, one of them is the Amanda Leather Crafts in Pelem village, Campurdarat district, Tulungagung Regency.

The focus in this research is (1) to determine the application of then marketing strategy of Amanda Leather Crafts in increasing the sale of UKM, (2) to find out the supporting and inhibiting factors in implementing the marketing strategy of Amanda Leather Crafts in improving UKM sale, (3) to find out Amanda Leather Crafts solutions overcome obstacles in implementing marketing strategies in an effort to improve the sale 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. Data analysis techniques in this study used data analysis in the field using Miles and Huberman models.

The results showed that (1) the marketing strategy used by Amanda Leather Crafts 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 Amanda Leather Crafts business. Supporting factors: Tulungagung Regency Industry and Trade Office and social media. Inhibiting factors: uncertainty of the availability of raw materials, increasing competitors, delays in shipping ordered goods, SDM (Human Resources), Capital and Marketing (3) Solutions for Kerajinan Kulit Amanda in overcoming obstacles storing mangrove material as a backup item, improving product quality, make deliveries before the order date according to the estimate reaches consumers, provide training, lend capital to financial institutions and continue to seek opportunities through the media, individuals and increase the frequency of promotions

Keywords: *Marketing Strategy, Sale, UKM*