

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Home Industri “Pia Rizky” Dalam Menghadapi Persaingan dan Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus “Pia Rizky” Desa Gembleb Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek)”. Ditulis oleh Anindia Putri Wahyuningtyas, NIM. 17402163409, dengan dosen pembimbing Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M.Ag.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masalah persaingan usaha yang semakin ketat, pada awalnya pengusaha Pia Rizky belum dikenal oleh masyarakat sehingga omset yang dihasilkan tidak banyak. Dengan pesatnya pertumbuhan teknologi yang terjadi pada saat ini maka pemilik Pia Rizky melakukan pemasaran menggunakan media sosial seperti facebook. Pia rizky juga melakukan pemasaran dengan mengikuti bazar atau event-event. Lambat laun karena murah dan rasanya yg enak bakpia tersebut menjadi kudapan yg dekat dengan masyarakat. Oleh karena itu, peneliti mengangkat permasalahan tentang Strategi Pemasaran Home Industri “Pia Rizky” Dalam Menghadapi Persaingan dan Meningkatkan Penjualan.

Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan Pia Rizky dalam menghadapi persaingan antar sesama pengusaha bakpia? 2).Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan Pia Rizky dalam meningkatkan penjualan produknya? 3).Kendala dan solusi Bakpia Rizky dalam menerapkan strategi pemasaran guna menghadapi persaingan dan meningkatkan penjualan?

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan subjek penelitian adalah pemilik usaha “Pia Rizky”, karyawan, dan konsumen dari “Pia Rizky”. Untuk teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Tahap selanjutnya, menganalisis data dengan menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) strategi pemasaran yang dilakukan pengusaha dalam menghadapi persaingan adalah: Strategi produk: menjaga kualitas dan mempertahankan ciri khas produk, harga: produk dijual sesuai kualitas barang, distribusi dengan cara pemesanan dan menyediakan layanan pesan antar. (2) strategi pemasaran yang dilakukan pengusaha untuk meningkatkan penjualan, promosi dengan menggunakan media sosial facebook, survey langsung lapangan dengan bertanya langsung kepada konsumen. (3) kendala dan solusi pada strategi pemasaran meliputi. (a) Kendala yang dialami: Produk: mengalami kegagalan produksi, harga: konsumen masih melakukan penawaran harga, distribusi kendaraan kurang efektif, promosi: belum maksimal. (b) solusi yang dialami : Produk: mengadakan Promo, Harga sesuai varian isi produk, distribusi dengan membeli kendaraan yang efektif untuk pendistribusian. promosi: dengan memasang baner dan memanfaatkan media elektronik serta mengikuti bazar. Segala strategi ini bertujuan untuk meningkatkan hasil produksi dan penjualan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Persaingan, Penjualan

ABSTRACT

Thesis of Home Industry Marketing Strategy “Pia Rizky” In Facing Competition and Increasing Sales (Case Study “Pia Rizky” Desa. Gembleb Kec. Pogalan Kab. Trenggalek)”. written by Anindia Putri Wahyuuningtyas, NIM : 17402163339. Mentor by Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M.Ag.

This research is motivated by the problem of increasingly fierce business competition, so Pia Rizky's entrepreneur is not well known by the public so that the resulting turnover is not much. With the rapid growth of technology that is currently happening, the owner of Pia Rizky is doing marketing using social media such as Facebook. Pia Rizky also does marketing by participating in bazaars or events. Gradually, because it is cheap and tastes good, Bakpia has become a snack that is close to the community. Therefore, the researcher raises the problem of "Pia Rizky" Home Industry Marketing Strategy in Facing Competition and Increasing Sales.

The focus of research in this research is 1) How is the marketing strategy applied by Pia Rizky in facing competition among bakpia entrepreneurs? 2). How is the marketing strategy applied by Pia Rizky in increasing sales of her products? 3). Bakpia Rizky obstacles and solutions in implementing marketing strategies in order to face competition and increase sales?

In this research using a qualitative approach with the research is the business owner “Pia Rizky”, Employees, Consumers from “Pia Rizky” for data collection techniques done by Interview, observation, and Documentation. The next steps, analyzing data with using data reduction, presentation and drawing conclusions.

He results show that: (1) the marketing strategies undertaken by entrepreneurs in facing competition are: Product strategy: maintaining quality and maintaining product characteristics, price: products sold according to quality of goods, distribution by ordering and providing delivery services. (2) marketing strategies undertaken by entrepreneurs to increase sales, promotion using social media Facebook, direct field surveys by asking consumers directly. (3) constraints and solutions to the marketing strategy include. (a) Constraints experienced: Product: experiencing production failure, price: consumers are still making price quotes, vehicle distribution is ineffective, promotions: not optimal. (b) solutions experienced: Products: holding promos, prices according to product content variants, distribution by buying vehicles that are effective for distribution. promotion: by installing banners and utilizing electronic media and participating in the bazaar. All of these strategies aim to increase production and sales results.

Keywords : Marketing Strategy, Competition, Sales