

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran UMKM Anugrah Mart dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada UD. Anugrah Desa Jabang Kecamatan Kras Kabupaten Kediri” ini ditulis oleh Mohammad Bambang Santoso, 12402173451, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, Pembimbing Mochamad Cobir Sirad, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh suatu strategi kegiatan pemasaran, kondisi perkembangan jumlah penjualan produk, dengan melihat kelebihan dan kekurangan yang dimiliki UD. Anugrah sehingga diperlukan rancangan untuk mengembangkan mini market supaya sesuai dengan target yang diinginkan dan dapat meningkatkan penjualan setiap tahunnya.

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah (1) Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh UMKM Anugrah Mart? (2) Apa kelebihan dan kekurangan strategi pemasaran UMKM Anugrah Mart dalam meningkatkan volume penjualan?

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif yang menggambarkan dan memeriksa sebab-sebab suatu gejala tertentu. Sumber data yang digunakan antara lain data primer dan data sekunder. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang peneliti gunakan adalah dengan mereduksi data, paparan data, kemudian verifikasi sesuai dengan rumusan masalah. Sehingga peneliti dapat melakukan pengecekan keabsahan data dengan menggunakan triangulasi sumber, teknik, dan waktu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UD. Anugrah telah menjalani strategi pemasaran dengan menggunakan bauran pemasaran 4P. (1) Dengan menerapkan strategi pemasaran produk yang berkualitas, harga yang efektif, saluran distribusi dengan bertanggung jawab penuh atas barang atau jasa yang disediakan serta promosi yang efektif lewat media cetak dan online sesuai dengan metode bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P (2) Kondisi perkembangan tingkat volume penjualan pada UMKM Anugrah Mart Desa Jabang Kecamatan Kras Kabupaten Kediri dalam mengembangkan mini market adalah dalam proses penjualan barang atau jasa dengan menambah persediaan sesuai keinginan masyarakat. Berdasarkan hasil analisis bauran pemasaran, dapat diketahui bahwa Anugrah Mart dapat berkembang dan volume penjualan juga meningkat dari tahun 2016 sampai 2019 walaupun pada tahun 2020 mengalami penurunan yang diakibatkan oleh wabah virus *covid-19* akan tetapi penjualan produk tetap tidak mengalami kerugian dan telah efektif dengan penggunaan bauran pemasaran 4P. Serta kelebihan dan kekurangan Anugrah Mart yaitu untuk kelebihannya sudah menyediakan e-payment serta menyediakan pembayaran tunai dan non tunai sedangkan untuk kekurangannya penataan kurang rapi dan tempatnya kurang luas.

Kata Kunci: Strategi, Bauran Pemasaran, UMKM, Volume Penjualan.

ABSTRACT

Thesis entitled “Anugrah Mart UMKM Marketing Strategy in Increasing Sales Volume at UD. Anugrah Jabang Village, Kras District, Kediri Regency” was written by Mohammad Bambang Santoso, 12402173451, Faculty of Islamic Economics and Business, Department of Sharia Economics, Tulungagung State Islamic Institute, Supervisor Mochamad Cobir Sirad, M.Pd.I.

This research is motivated by a strategy of marketing activities, the condition of the development of the number of product sales, by looking at the advantages and disadvantages of UD. It's a blessing that a design is needed to develop a mini market so that it fits the desired target and can increase sales every year.

The formulation of the problem from this research are (1) What is the marketing strategy implemented by Anugrah Mart SMEs? (2) What are the advantages and disadvantages of Anugrah Mart's MSME marketing strategy in increasing sales volume?

The research method used in this study uses a field research type with a qualitative approach that describes and examines the causes of a particular symptom. Sources of data used include primary data and secondary data. By using data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The data analysis technique that the researcher uses is data reduction, data exposure, then verification according to the problem formulation. So that researchers can check the validity of the data by using triangulation of sources, techniques, and time.

The results showed that UD. Anugrah has undergone a marketing strategy using the 4P marketing mix. (1) By implementing a quality product marketing strategy, effective prices, distribution channels with full responsibility for the goods or services provided as well as effective promotion through print and online media in accordance with the 4P marketing mix method (2) Conditions The development of the level of sales volume at Anugrah Mart UMKM, Jabang Village, Kras District, Kediri Regency, in developing a mini market is in the process of selling goods or services by adding supplies according to the wishes of the community. Based on the results of the marketing mix analysis, it can be seen that Anugrah Mart can grow and sales volume also increases from 2016 to 2019 although in 2020 it experienced a decline due to the covid-19 virus outbreak, but product sales still did not suffer losses and have been effective with the use of the 4P marketing mix. As well as the advantages and disadvantages of Anugrah Mart, namely for its advantages it has provided e-payment and provides cash and non-cash payments, while for the disadvantages the arrangement is not neat and the place is not spacious.

Keywords: Strategy, Marketing Mix, UMKM, Sales Volume.