

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Strategi Bauran Pemasaran Usaha Kecil Menengah Pada UD. Indah Jaya Desa Tawangrejo Kecamatan Binangun Kabupaten Blitar” ini ditulis oleh Halumma Rifqi Alba, 12402173423, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, Pembimbing Mochamad Chobir Sirad, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh persaingan bisnis yang semakin ketat terutama pelaku UKM, perusahaan dalam waktu dekat harus mampu mengubah diri menjadi lebih kuat dan mampu menanggapi kebutuhan pasar. Sebagai seorang pelaku usaha yang kreatif dituntut untuk bisa menentukan komoditas apa saja yang memiliki nilai jual cukup tinggi di pasaran. Oleh karena itu bagaimana strategi pemasaran (*marketing mix*) UD. Indah Jaya serta hambatan dan solusi untuk menghadapi situasi saat ini terutama pada masa pandemi *COVID-19*.

Adapun fokus penelitian dari penelitian ini adalah (1). Bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran usaha kecil menengah pada UD. Indah Jaya Desa Tawangrejo Kecamatan Binangun Kabupaten Blitar dilihat dari segi produk, harga, tempat, dan promosi?. (2). Apa saja hambatan dan solusi yang diperoleh pada UD. Indah Jaya Desa Tawangrejo Kecamatan Binangun Kabupaten Blitar dalam mengembangkan usahanya?.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. 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, penyajian data, kemudian penarikan kesimpulan sesuai dengan fokus penelitian. Sehingga peneliti dapat melakukan pengecekan keabsahan data dengan menggunakan perpanjangan pengamatan, triangulasi data, diskusi teman sejawat, dan member *check*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UD Indah Jaya menerapkan strategi bauran pemasaran 4P. (1). dengan menerapkan strategi pemasaran produk berkualitas, melengkapi perizinan seperti: SIUP, TDP, NIB, P-IRT, NPWP, IU Nutrition Fact dan label dari MUI, menerapkan harga murah dengan kualitas terbaik, saluran distribusi yang baik dan bertanggung jawab penuh hingga sampai ke tangan konsumen, dan promosi yang efektif dengan cara *offline* maupun *online*. (2). Hambatan yang diperoleh pada UD. Indah Jaya yaitu keterbatasan modal, bahan baku, proses produksi, saluran distribusi di masa pandemi *COVID-19*, dan promosi yang kurang maksimal. Sehingga solusi yang digunakan adalah membangun sistem kekeluargaan antara pebisnis dan tokoh masyarakat, rencana membuat cetakan yang sekali cetak bisa menghasilkan 3-4 permen lollipop, menambah kendaraan, mengurus perizinan distribusi dan membuat *E-commerce*.

Kata Kunci: Strategi bauran pemasaran, usaha kecil menengah

ABSTRACT

Thesis entitled "Small and Medium Enterprise Marketing Mix Strategy at UD. Indah Jaya, Tawangrejo Village, Binangun District, Blitar Regency" This was written by Halumma Rifqi Alba, 12402173423, Faculty of Economics and Islamic Business, Department of Islamic Economics, state Islamic institute of religion Tulungagung, Supervisor Mochamad Chobir Sirad, M.Pd.I.

This research is motivated by increasingly fierce business competition especially SMEs, companies in the near future must be able to change themselves to be stronger and able to respond to market needs. As a creative business actor, you are required to be able to determine what commodities have a high enough selling value in the market. Therefore, how the marketing strategy (marketing mix) UD. Indah Jaya as well as obstacles and solutions to deal with the current situation, especially during the COVID-19 pandemic.

The research focus of this research is (1). How to apply the marketing mix strategy of small and medium enterprises at UD. Indah Jaya, Tawangrejo Village, Binangun District, Blitar Regency in terms of product, price, place, and promotion. (2). What are the obstacles and solutions obtained at UD. Indah Jaya, Tawangrejo Village, Binangun District, Blitar Regency in developing its business?.

The research method used in this research is descriptive research with a qualitative approach. 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 to reduce the data, present the data, then draw conclusions according to the formulation of the problem. So that researchers can check the validity of the data by using extended observations, data triangulation, peer discussion, and member checks.

The results showed that UD Indah Jaya applied the 4P marketing mix strategy. (1). by implementing a quality product marketing strategy, completing permits such as: SIUP, TDP, NIB, P-IRT, NPWP, IU Nutrition Fact and labels from MUI, applying low prices with the best quality, good distribution channels and full responsibility until it reaches the hand consumers, and effective promotion both offline and online. (2). Obstacles obtained at UD. Indah Jaya, namely limited capital, raw materials, production processes, distribution channels during the COVID-19 pandemic, and less than optimal promotions. So the solution used is to build a family system between business people and community leaders, the plan is to make a mold that once printed can produce 3-4 lollipops, add vehicles,

Keywords: Marketing mix strategy, small and medium enterprises