

Abstrak

Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Usaha Keripik Rajawali Snack Tulungagung”, ini ditulis oleh Ria Rizki Kumalasari dengan NIM. 12402173507 dibimbing oleh Ahmad Supriyadi M.Pd.I.

Penelitian dalam skripsi ini dilatar belakangi oleh faktor ekonomi yang ada di Indonesia semakin meningkatkan sehingga mengakibatkan adanya persaingan antar pengusaha bisnis dalam menarik minat konsumen. Untuk menghadapi persaingan ini sebuah perusahaan harus memiliki cara agar perusahaan tetap berjalan efektif salah satunya yaitu dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar bisa dan mampu untuk mengantisipasi para pesaingnya dan bisa memperoleh keuntungan yang meningkat. UMKM yang ada di Indonesia memiliki peran besar dalam meningkatkan perekonomian di Indonesia.

Fokus penelitian ini adalah (1) Bagaimana strategi pemasaran Rajawali Snack Tulungagung dalam meningkatkan daya saing UMKM (2) Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam strategi pemasaran Rajawali Snack Tulungagung dalam meningkatkan daya saing UMKM (3) Bagaimana efektifitas strategi Rajawali Snack Tulungagung dalam meningkatkan daya saing UMKM.

Jenis penelitian yang dipakai adalah penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini adalah (1) strategi pemasaran yang digunakan Rajawali Snack Tulungagung yaitu dengan melakukan segmentasi pasar, target pasar, posisi pasar, serta bauran pemasaran (2) terdapat faktor pendukung dan penghambat yang mempengaruhi strategi pemasaran pada usaha keripik Rajawali Snack Tulungagung (3) berhubungan dengan efektifitas strategi pemasaran yang diterapkan Rajawali Snack Tulungagung mengembangkan inovasi produk, penentuan harga, menjaga kualitas produk, serta jaminan distribusi produk. Dengan strategi yang baik, maka hal tersebut juga akan mampu mendorong efektifitas strategi yang digunakan, sehingga terjadi efisiensi produksi dengan hasil atau keuntungan yang lebih maksimal.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Daya Saing, UMKM

ABSTRACT

The thesis entitled “Marketing Strategy in Improving the Competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) in chips business of Rajawali Snack Tulungagung”, written by Ria Rizki Kumalasari with NIM. 12402173507 supervised by Ahmad Supriyadi M.Pd.I.

The research in this thesis is motivated by the increasing economic factors in Indonesia, resulting in competition between business entrepreneurs in attracting consumer interest. To face this competition, a company must have a way to keep the company running effectively, one of which is by implementing the right marketing strategi so that it can and is able to anticipate profits. UMKM in Indonesia have a big role in improving the economy in Indonesia.

The focus of this research is (1) How to the Rajawali Snack Tulungagung marketing strategy in increasing the competitiveness of UMKM (2) What are the supporting and inhibiting factors in implementing the Rajawali Snack Tulungagung marketing strategy in increasing the competitiveness of UMKM (3) How to effectively implement the Rajawali Snack Tulungagung marketing strategy in increasing the competitiveness of UMKM.

The type of research used is descriptive research that uses a qualitative approach. The method used in data collection is using the method of interview, observation, and documentation.

The result of this study are (1) the marketing strategy used by Rajawali Snack Tulungagung, namely by segmenting the market, target market, market position, and marketing mix (2) there are supporting and inhibiting factors that affect the marketing strategy of the Rajawali Snack Tulungagung in developing product innovation, determining prices, maintaining product quality, and guaranteeing product distribution. With a good strategy, it will also be able to encourage the effectiveness of the strategies used, resulting in production efficiency with maximum result of profit.

Keyword: marketing strategy, competitiveness, UMKM