

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Jajanan Oleh-Oleh Khas Trenggalek di Kios Budidaya Mbak Rizky di Dusun Kranding Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek” ini disusun oleh Nurul Farida Lailatul Fitria NIM 17402163391 pembimbing Mohammad Rois Abin, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin meningkatnya persaingan usaha produk jajanan khas Trenggalek dalam memenuhi kebutuhan konsumen, sehingga menimbulkan persaingan bisnis yang semakin ketat. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus menerapkan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis. Fokus penelitian yaitu: (1) Bagaimana strategi pemasaran di Kios Budidaya Mbak Rizky; (2) Apa saja kendala yang dihadapi Kios Budidaya Mbak Rizky; (3) Bagaimana solusi yang dilakukan Kios Budidaya Mbak Rizky. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran UMKM serta untuk mengetahui kendala dan solusi yang dilakukan oleh Kios Budidaya Mbak Rizky

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Data-data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, data ini diperoleh peneliti melalui wawancara dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Kios Budidaya Mbak Rizky telah menerapkan strategi pemasaran *marketing mix* yang menggunakan variabel 4P yaitu *product, price, place, promotion* yang mampu meningkatkan peningkatan keuntungan dan penjualan produk Kios Budidaya Mbak Rizky; (2) Kendala yang dihadapi oleh Kios Budidaya Mbak Rizky adalah penjualan menurun akibat adanya pandemi Covid-19, pendistribusian yang kurang efektif dan meingkatnya persaingan. (3) Solusi dari kendala yang terjadi yaitu Kios Budidaya Mbak Rizky kiranya dapat memaksimalkan penggunaan sosial media dan marketplace untuk mengembangkan usahanya sehingga bisa memperkenalkan produknya ke ruang lingkup yang lebih luas, selain itu Bapak Budi dan Ibu Kat memberikan pelayanan yang baik dan ramah kepada konsumen untuk menarik minat pembeli.

Kata Kunci: Product, Price, Place, Promotion dan Strategi Pemasaran

ABSTRACT

This thesis with the title "Marketing Strategy in the Competition of Micro, Small and Medium Enterprises Typical Trenggalek specialties at Budidaya Mbak Rizky's Shop in Kranding Hamlet, Pogalan District, Trenggalek Regency" was compiled by Nurul Farida Lailatul Fitria NIM 17402163391 supervisor Mohammad Rois Abin, M .Pd.I.

This research is motivated by the increasing competition in Trenggalek's typical snack products in meeting consumer needs, giving rise to increasingly fierce business competition. Therefore, every company must implement a marketing strategy in the face of business competition. The focus of this research is (1) what is the marketing strategy at Budidaya Mbak Rizky's Shop; (2) what are the obstacles at Budidaya Mbak Rizky's Shop; (3) what are solutions Budidaya Mbak Rizky's Shop?

This study uses descriptive qualitative methods. The data used in this study are primary data, this data was obtained by research through interviews and documentation.

The results of this study indicate that : (1) Budidaya Mbak Rizky's Shop has implemented a marketing mix strategy that uses 4P variables, namely Product, Price, Place, Promotion which is able to increase profits and sales of Trenggalek's typical snacks offered at Budidaya Mbak Rizky's Shop; (2) the obstacle at Budidaya Mbak Rizky's Shop is that sales have decreased due to the pandemic covid-19, distribution is less effective, increased competition; (3) the solution is that Budidaya Mbak Rizky's Shop can maximize the use of social media and marketplace to develop their business so that they can introduce their products to a wider scope, besides that, Mr. Budi and Mrs. Kat provide good and friendly service to consumers to attract buyers.

Keywords: *Product, Price, Place, Promotion and Marketing Strategy*