

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Ikan Asap pada UMKM Ikan Asap Sumber Berkah Desa Ngepeh Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung” ini ditulis oleh Sunika Rizky Saputri, NIM. 12405173117, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung dengan dosen pembimbing Dr. Muhammad Aswad, S.Ag., M.A.

Bauran pemasaran merupakan model pemasaran terintegrasi yang memadukan unsur produk, harga, tempat, dan promosi. UMKM Ikan Asap Sumber Berkah merupakan UMKM bergerak dibidang pengolahan ikan asap yang terletak di Desa Ngepeh, Kecamatan Bandung, Kabupaten Tulungagung telah menerapkan bauran pemasaran dalam usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bauran pemasaran dalam meningkatkan penjualan ikan asap pada UMKM Ikan Asap Sumber Berkah.

Rumusan masalah pada penelitian ini: 1) Bagaimana analisis bauran pemasaran produk (*product*) dalam meningkatkan penjualan pada UMKM Ikan Asap Sumber Berkah Ngepeh Bandung Tulungagung? 2) Bagaimana analisis bauran pemasaran harga (*price*) dalam meningkatkan penjualan pada UMKM Ikan Asap Sumber Berkah Ngepeh Bandung Tulungagung? 3) Bagaimana analisis bauran pemasaran tempat (*place*) dalam meningkatkan penjualan pada UMKM Ikan Asap Sumber Berkah Ngepeh Bandung Tulungagung? 4) Bagaimana analisis bauran pemasaran promosi (*promotion*) dalam meningkatkan penjualan pada UMKM Ikan Asap Sumber Berkah Ngepeh Bandung Tulungagung?

Penelitian ini menggunakan konsep bauran pemasaran dari Phillip Kotler dengan metode kualitatif pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan pendekatan Milles dan Huberman melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bauran pemasaran yang diterapkan UMKM Ikan Asap Sumber Berkah dalam meningkatkan penjualan yaitu: 1) bauran pemasaran produk meliputi, varietas produk, kualitas, ukuran, keunggulan, merk, pengemasan, dan jaminan. Terdapat ciri khas ikan asap Sumber Berkah, yaitu ikan asapnya berwarna kuning. 2) bauran pemasaran harga meliputi, kombinasi penetapan harga melalui strategi penetapan harga berdasarkan biaya dan penetapan harga berdasarkan nilai. 3) bauran tempat meliputi, penentuan tempat usaha berdasarkan akses sumber bahan mentah, pasar, dan transportasi sehingga saluran distribusi kepada pelanggan secara langsung dan optimal. 4) bauran promosi, yaitu menerapkan unsur penjualan perseorangan, promosi menggunakan media sosial seperti *Whatsapp*, dan banner. Kesimpulan penelitian berdasarkan analisis data adalah UMKM Ikan Asap Sumber Berkah telah menerapkan bauran pemasaran secara terintegrasi sehingga penjualan ikan asap meningkat secara periodik. Saran penelitian UMKM Ikan Asap Sumber Berkah mempertahankan penerapan bauran pemasaran dan menambah inovasi yang berkaitan dengan produk dan promosi.

**Kata Kunci:** Bauran Pemasaran, UMKM, Peningkatan penjualan

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title "Analysis of the Marketing Mix to Increase Sales of Smoked Fish in UMKM of Smoked Fish Sumber Berkah Ngepeh Village, Bandung District, Tulungagung Regency" was written by Sunika Rizky Saputri, NIM. 12405173117, Department of Sharia Business Management, Faculty of Economics and Islamic Business, State Islamic Institute of Religion Tulungagung with supervisor Dr. Muhammad Aswad, S.Ag., M.A.*

*Marketing mix as an integrated marketing model that combines the elements of product, price, place, and promotion. Sumber Berkah Smoked Fish UMKM is a micro-scale business that engaged in the processing of smoked fish located in Ngepeh Village, Bandung District, Tulungagung Regency which has implemented a marketing mix in its business. This study aims to analyze the marketing mix in increasing the number of sale of smoked fish at the Sumber Berkah Smoked Fish.*

*The formulation of the problem in this study: 1) How is the analysis of the product marketing mix in increasing sales at UMKM of Smoked Fish Sumber Berkah Ngepeh Bandung Tulungagung? 2) How is the analysis of the price marketing mix in increasing sales at UMKM of Smoked Fish Sumber Berkah Ngepeh Bandung Tulungagung? 3) How is the analysis of the place marketing mix in increasing sales at UMKM of Smoked Fish Sumber Berkah Ngepeh Bandung Tulungagung? 4) How is the analysis of the promotion marketing mix in increasing sales at UMKM of Smoked Fish Sumber Berkah Ngepeh Bandung Tulungagung?*

*This study uses the marketing mix concept from Phillip Kotler with a qualitative descriptive approach. Data collection techniques using interview, observation, and documentation methods. Data analysis used the Milles and Huberman approach through data reduction, data presentation, and drawing conclusions.*

*Results of this analysis demonstrate that the marketing mix applied by the Sumber Berkah Smoked Fish home-industry in increasing number of selling are: 1) the product mix included product varieties, quality, size, excellence, brand, and packaging. 2) the price mix includes a combination of pricing through cost-based pricing and value-based pricing strategies. 3) place mix include defining the place of business based on access to the sources, markets, and transportation for optimal and efficient distribution. 4) the promotion mix is applying the elements of personal selling, publicity, and advertising. The conclusion of the research based on data analysis is that the UMKM of Smoked Fish Sumber Berkah has implemented an integrated marketing mix to gain more number of selling. Research suggestions for UMKM Smoked Fish Sumber Berkah maintain the application of the marketing mix and add innovation related to products and promotions.*

**Keyword:** Marketing Mix, UMKM, Increased sales