

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Pada Kerajinan Kreasi Tas Tali Kur Dodik Alfi Blitar” ini ditulis oleh Nawang Alfena Tara, Nim. 12405183044, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, pembimbing Dr. Qomarul Huda, M.Ag

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh suatu pemikiran bahwa semua perusahaan atau organisasi, tentu mempunyai suatu tujuan sendiri-sendiri untuk memotivasi produknya dari proses berdirinya hingga sekarang ini. Demikian pula dengan strategi pemasaran yang dilakukan di Kerajinan Kreasi Tas Tali Kur Dodik Alfi Blitar untuk mencapai target dalam meningkatkan penjualannya. Strategi pemasaran dilakukan dengan cara unik yaitu dengan memasarkan hasil kerajinan tangan berupa olahan tas yang terbuat dari tali kur melalui pameran dan pelatihan gratis bagi masyarakat mulai dari proses pengerjaan, hasil olahan serta sampai tahap pemasaran tali kur.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mendeskripsikan strategi pemasaran produk (*product*) dalam meningkatkan penjualan pada Kreasi Tas Tali Kur Dodik Alfi Blitar, (2) Mendeskripsikan strategi pemasaran harga (*price*) dalam meningkatkan penjualan pada Kreasi Tas Tali Kur Dodik Alfi Blitar (3) Mendeskripsikan strategi pemasaran promosi (*promotion*) dalam meningkatkan penjualan pada Kreasi Tas Tali Kur Dodik Alfi Blitar, (4) Mendeskripsikan strategi pemasaran tempat (*place*) dalam meningkatkan penjualan pada Kreasi Tas Tali Kur Dodik Alfi Blitar. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode pengumpulan data dari penelitian ini menggunakan observasi partisipan, wawancara mendalam, dokumentasi dan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Kreasi Tas Tali Kur Dodik Alfi Blitar menerapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan melalui, (1) Penerapan strategi produk yang mengutamakan kualitas dan keberagaman produk dengan mengandalkan keunikan dari segi kemasan, merek, label, pelayanan, kualitas dan jaminan, (2) Strategi pemasaran harga ditetapkan sesuai kualitas barang, (3) Strategi promosi yang diterapkan melalui sosial media, melalui konsumen langsung, dan lebih melalui mulut ke mulut, tentunya dilakukan dengan jujur tidak ada unsur penipuan, (4) Strategi tempat dan pendistribusian, memilih lokasi di desa kandangan berdekatan dekat dengan jalan raya antar kota, akan tetapi berdekatan dengan rumah warga. Wilayah pendistribusian antara lain: Jawa Timur, Kalimantan, Sumatra, Maluku, Taiwan dan Hongkong.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Peningkatan Penjualan, Kerajinan Kreasi

ABSTRACT

The thesis entitled "Marketing Strategies to Increase Sales in the Craft of Dodik Alfi Blitar Kur Tali Bag" was written by Nawang Alfena Tara, Nim. 12405183044, Department of Sharia Business Management, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, guided Dr. Qomarul Huda, M. Ag

This research is motivated by a thought that all companies or organizations, of course, have a purpose of their own to motivate their products from the process of establishment until now. Likewise with the marketing strategy carried out at Dodik Alfi Blitar's Handicraft Tali Kur Bag to achieve the target in increasing its sales. The marketing strategy is carried out in a unique way, namely by marketing handicrafts in the form of processed bags made of ropes through exhibitions and free training for the community starting from the manufacturing process, processed products and up to the marketing stage of ropes.

This purpose of this research is (1) describe product marketing strategies in increasing sales at Dodik Alfi Blitar Kur Tali Bag Creations, (2) describe price marketing strategies in increasing sales on Dodik Alfi Blitar Kur Tali Bag Creations (3) Describe the promotional marketing strategy (promotion) in increasing sales at Dodik Alfi Blitar's Kur Tali Bag Creation, (4) Describe the place marketing strategy in increasing sales on Dodik Alfi Blitar's Kur Tali Bag Creation. This study uses a qualitative research method with a descriptive approach. Methods of collecting data from this study used participant observation, in-depth interviews, documentation and questionnaires. The data analysis technique uses data condensation, data presentation, and drawing conclusions.

The results of this study can be concluded that Dodik Alfi Blitar's Kur Tali Bag Creation applies a marketing strategy to increase sales through, (1) Implementing a product strategy that prioritizes product quality and diversity by relying on uniqueness in terms of packaging, brand, label, service, quality and assurance, (2) The price marketing strategy is determined according to the quality of the goods, (3) The promotional strategy is implemented through social media, through direct consumers, and more through word of mouth, of course, done honestly without any element of fraud, (4) Place and distribution strategy, chose a location in the village of Kagelang, close to the inter-city highway, but close to residents' houses. Distribution areas include: East Java, Kalimantan, Sumatra, Maluku, Taiwan and Hong Kong.

Keywords: Creative Craft, Marketing Mix, Sales Increase