

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Pada Home Industri Kerupuk Gayatri Desa Plandaan” ini ditulis oleh Shania Febrian Nursaputri, NIM 12405183019, Pembimbing Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh industri rumah tangga yang bergerak dibidang makanan khususnya camilan Didesa Plandaan tepatnya Kerupuk Bawang Gayatri, strategi pemasaran yang diterapkan namun ternyata masih kurang. Agar home industri kerupuk gayatri dapat berkembang dalam persaingan usaha makanan yang sama diluar dengan kompetitor maka dibutuhkan strategi pemasaran yang baik sehingga dapat bersaing dan menghadapi persaingan usaha.

Rumusan masalah penelitian ini adalah (1) Bagaimana penerapan strategi pemasaran home industry krupuk gayatri dalam menghadapi persaingan usaha? (2) Apa yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan strategi pemasaran home industry krupuk gayatri?

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Serta menggunakan Teknik analisis data dan pengecekan keabsahan temuan.

Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Penerapan strategi pemasaran home industri krupuk gayatri dalam menghadapi persaingan usaha adalah dengan menentukan lokasi pangsa pasar sebelum melakukan proses pemasaran. Melalui strategi *Marketing Mix 7P*, antara lain: *Product* (Produk), berencana menambah varian rasa dari sarden dan menggunakan bahan baku yang berkualitas. *Price* (Harga), dengan mematok harga yang sangat terjangkau untuk semua kalangan. *Place* (Tempat), memiliki tempat strategis yang mudah dicari dan tidak jauh dari jalan raya. *Promotion* (Promosi), melalui mulut ke mulut, masuk pasar-pasar di Tulungagung, dan melalui media sosial. *People* (Orang), memiliki satu karyawan yang ditempatkan untuk membantu proses produksi dan terutama pengemasan. *Process* (Proses), semua proses produksi dilakukan dengan baik mulai dari produksi hingga ketangan konsumen. *Physical Evidence* (Bukti Fisik), memberikan pelayanan yang memuaskan pada konsumen. (2) Faktor Pendukung, dengan melihat luas tidaknya pangsa pasar menentukan keberhasilan suatu proses pemasaran, Harga Jual, menentukan yang kompetitif dan sasaran semua kalangan, Memperkuat Brand dengan mengunggulkan brand akan membuat produk semakin dikenal dan menarik minat konsumen. Faktor Penghambat, Faktor modal, menggunakan modal sendiri menjadi salah satu penentu akan persediaan kerupuk yang di produksi, Faktor Bahan, menggunakan bahan dasar tepung terigu, ketika tepung terigu sedang naik, tetap mengambilnya karena terigu bahan dasar utama yang tidak bisa digantikan. Faktor Manajemen, produksi membutuhkan waktu seharian. Proses produksi harus diatur dengan baik agar dapat memenuhi permintaan konsumen tepat waktu.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Menghadapi Persaingan Usaha, Kerupuk Gayatri.*

ABSTRACT

Thesis with the title "Analysis of Marketing Strategy Implementation in Facing Business Competition in the Home Industry of Gayatri Crackers in Plandaan Village" was written by Shania Febrian Nursaputri, NIM 12405183019, Advisor Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

This research was motivated by a home industry engaged in food, especially snacks in Plandaan Village, precisely Gayatri Onion Crackers, the marketing strategy that was applied but was still lacking. In order for the Gayatri cracker home industry to develop in the same food business competition outside as competitors, a good marketing strategy is needed so that it can compete and face business competition.

The formulation of the research problem is (1) How is the application of the home industry marketing strategy of Gayatri crackers in the face of business competition? (2) What are the supporting and inhibiting factors in the implementation of the Gayatri cracker home industry marketing strategy?

This study uses a qualitative research approach with a descriptive type. Sources of data used are primary data and secondary data. Data collection techniques through interviews, observation, and documentation. And using data analysis techniques and checking the validity of the findings.

The results of this study are as follows: (1) The application of the home industry marketing strategy for Gayatri crackers in facing business competition is to determine the location of the market share before carrying out the marketing process. Through the 7P Marketing Mix strategy, among others: Product, plans to add flavor variants of sardines and use quality raw materials. Price, by setting a very affordable

price for all people. Place (Place), has a strategic place that is easy to find and not far from the highway. Promotion (Promotion), through word of mouth, entering markets in Tulungagung, and through social media. People, has one employee who is assigned to assist the production process and especially packaging. Process (Process), all production processes are carried out properly starting from production to the hands of consumers. Physical Evidence (Physical Evidence), providing satisfactory service to consumers. (2) Supporting Factors, by looking at the extent of market share determine the success of a marketing process, Selling Price, determining competitive and targeting all circles, Strengthening the Brand by favoring the brand will make the product more known and attract consumer interest. Inhibiting Factor, Capital factor, using own capital is one of the determinants of the stock of crackers produced, Material Factor, using wheat flour as the basic ingredient, when wheat flour is rising, keep taking it because flour is the main basic ingredient that cannot be replaced. Management factor, production takes all day. The production process must be well regulated in order to meet consumer demand on time.

Keywords: Marketing Strategy, Facing Business Competition, Gayatri Crackers.