

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Konsumen pada Usaha Sablon Kaos Zeropoint Manufacturing di Desa Tanjungsari Kecamatan Sukorejo Kota Blitar” yang ditulis oleh Diki Zakaria, NIM. 12405183236, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, dosen pembimbing Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M.Ag.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin banyaknya perusahaan-perusahaan lain yang bergerak di bidang sablon kaos, karena pentingnya peran sablon dalam pembuatan kaos maka banyak sekali bisnis sablon kaos manual yang bermunculan dan saling bersaing. Dengan adanya permasalahan tersebut pemilik usaha sablon kaos Zeropoint Manufacturing ini harus melakukan berbagai inovasi dan strategi pemasaran yang tepat bertujuan supaya bisa mengatasi berbagai permasalahan persaingan bisnis di era modern yang terjadi saat ini.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan dalam meningkatkan minat konsumen pada usaha sablon kaos Zeropoint Manufacturing. 2) Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat strategi pemasaran dalam meningkatkan minat konsumen pada usaha sablon kaos Zerpoint Manufacturing.

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologis dan naturalistik dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dengan data yang bersumber dari pemilik usaha, dan karyawan Zeropoint Manufacturing. Dalam menganalisis peneliti menggunakan 3 metode yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Serta pengecekan keabsahan temuan yang dilakukan dengan uji kredibilitas, uji tranferabilitas, dan uji konfirmabilitas.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah 1) Strategi pemasaran yang diterapkam oleh usaha sablon kaos Zeropoint Manufacturing adalah dengan menggunakan strategi pemasaran *Marketing Mix* 4P yang terdiri dari *Product, Price, Place, Promotion*. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh usaha sablon kaos Zeropoint Manufacturing telah memberikan dampak yang positif yaitu dapat menarik minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan. 2) Faktor pendukung dalam strategi pemasaran di usaha sablon kaos Zeropoint Manufacturing yaitu: Kualitas Produk, Citra Merk, Teknologi, Kepercayaan Konsumen. Selain faktor pendukung ada juga faktor penghambat pada jalannya strategi pemasaran dalam meningkatkan minat konsumen pada usaha sablon kaos Zeropoint Manufacturing yaitu: lokasi yang jauh dari tempat penjualan bahan baku dan kurangnya modal.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Minat Konsumen, Usaha Sablon Kaos

ABSTRACT

Thesis with the title "Marketing Strategy to Increase Consumer Interest in Zeropoint Manufacturing T-shirt Screen Printing Business in Tanjungsari Village, Sukorejo District, Blitar City" written by Diki Zakaria, NIM. 12405183236, Department of Sharia Business Management, supervisor Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M.Ag.

This research is motivated by the increasing number of other companies engaged in t-shirt screen printing, because of the important role of screen printing in making t-shirts, there are lots of manual t-shirt screen printing businesses that have sprung up and compete with each other. With these problems, the owner of the Zeropoint Manufacturing t-shirt screen printing business must carry out various innovations and appropriate marketing strategies aimed at overcoming various business competition problems in the modern era that is currently happening.

The formulation of the problem in this study is 1) How is the marketing strategy applied in increasing consumer interest in the Zeropoint Manufacturing t-shirt screen printing business. 2) What are the supporting factors and inhibiting factors for marketing strategies in increasing consumer interest in the Zerpoint Manufacturing t-shirt screen printing business.

This research uses a phenomenological and naturalistic approach with descriptive qualitative research. Data collection techniques were carried out by interview, observation, and documentation. With data sourced from business owners, and Zeropoint Manufacturing employees. In analyzing the researchers used 3 methods, namely data reduction, data presentation, and drawing conclusions. As well as checking the validity of the findings carried out by using credibility tests, transferability tests, and confirmability tests.

The results obtained from this study are 1) The marketing strategy used by the Zeropoint Manufacturing t-shirt screen printing business is to use the *Marketing Mix* which consists of *Product, Price, Place, Promotion*. The marketing strategy implemented by Zeropoint Manufacturing's t-shirt screen printing business has had a positive impact, namely it can attract consumer interest in the products offered. 2) supporting factors in the marketing strategy of the Zeropoint Manufacturing t-shirt screen printing business, namely: Product Quality, Brand Image, Technology, Consumer Trust. In addition to supporting factors, there are also inhibiting factors in the course of marketing strategy in increasing consumer interest in the Zeropoint Manufacturing t-shirt screen printing business, namely: the location is far from the point of sale of raw materials and lack of capital.

Keywords: Marketing Strategy, Consumer Interest, T-shirt Screen Printing Bussines.