

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran dan Restrukturisasi Tenaga Kerja di Industri Tempe Kripik Mirasa Sebagai Penguat Produktivitas Kerja Selama Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Desa Bendorejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek), ini ditulis oleh Rahma Amelinda, NIM. 12402183250, Program Studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, yang dibimbing oleh Dr. Kutbuddin Aibak, S.Ag., M.H.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya masalah pandemi covid-19 yang melanda dunia dan sektor ekonomi terutama UMKM mengalami penurunan pendapatan, salah satunya adalah Industri Tempe Kripik Mirasa di Desa Bendorejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek. Sehingga peneliti ingin meneliti mengenai strategi pemasaran dan manajemen tenaga kerja di Industri Tempe Kripik Mirasa dalam upaya meningkatkan produktivitas kerja selama pandemi covid-19.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan pemasaran yang dilakukan di Industri Tempe Kripik Mirasa Desa Bendorejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek berdasarkan bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*) (2) mengetahui dan mendeskripsikan restrukturisasi tenaga kerja yang diterapkan di Industri Tempe Kripik Mirasa Desa Bendorejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek dalam meningkatkan produktivitas kerja selama pandemi covid-19.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode pengumpulan data dari penelitian ini menggunakan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan tahap kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pengecekan keabsahan data menggunakan tiga macam triangulasi yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik dan triangulasi waktu.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Industri Tempe Kripik Mirasa menerapkan strategi bauran pemasaran meliputi: (1) strategi produk yang dilakukan adalah dengan menambah varian produk, menambah macam kemasan seperti kardus dengan gambar yang memperlihatkan produk dan tempat produksi, strategi harga yang dilakukan yaitu menawarkan harga *standart* dan dapat dijangkau seluruh kalangan konsumen, strategi lokasi yang diterapkan yaitu tempat usaha yang dilalui oleh transportasi umum dan pemilihan lokasi usaha yang dekat dengan Pusat Jajanan Khas Trenggalek, strategi promosi yang dilakukan adalah menggunakan media sosial Whatsapp, promosi utamanya dari mulut ke mulut karena dirasa lebih efektif dan lebih akurat, strategi orang yang dilakukan adalah memilih karyawan yang memiliki keinginan kuat untuk bekerja, disiplin waktu dan ingin belajar, strategi proses yang dilakukan adalah memilih bahan baku dengan kualitas bagus, diolah secara higienis tanpa menggunakan bahan pengawet, strategi bukti fisik yang dilakukan yaitu memiliki sarana-prasarana yang memadai yang digunakan dalam proses produksi (2) restrukturisasi tenaga kerja yang diterapkan selama pandemi covid-19 dalam meningkatkan produktivitas kerja yaitu dengan mengatur jadwal kerja karyawan agar tidak ada karyawan yang di PHK dan produktivitas bisa semakin meningkat.

Kata Kunci: *Bauran Pemasaran, restrukturisasi tenaga kerja, produktivitas kerja*

ABSTRACT

Thesis with the title “Marketing Strategy and Manpower Restructuring in the Tempe Kripik Mirasa Industry as a Reinforcement of Work Productivity During the Covid-19 Pandemic (Case Study in Bendorejo Village, Pogalan District, Trenggalek Regency), was written by Rahma Amelinda, NIM. 12402183250, Sharia Economics Study Program, Department of Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, which is supervised by Dr. Kutbuddin Aibak, S.Ag., M.H.I.

This research was motivated by the problem of the Covid-19 pandemic that hit the economic sector, especially MSMEs, experienced a decline in income, one of which was the Tempe Kripik Mirasa Industry. So that researchers want to examine marketing strategies and workforce management in the Tempe Kripik Mirasa Industry in an effort to increase work productivity during the covid-19 pandemic.

This study aims (1) to describe the marketing carried out in the Tempe Kripik Mirasa Industry, based on the 7P marketing mix (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) (2) describe the workforce management applied in the Tempe Kripik Mirasa Industry, in increasing work productivity during the covid-19 pandemic.

This study uses a qualitative research method with a descriptive approach. Methods of collecting data from this study using observation, in-depth interviews, and documentation. The data analysis technique used in this research is the stages of data condensation, data presentation, and drawing conclusions. Checking the validity of the data using three kinds of triangulation, namely source triangulation, technical triangulation and time triangulation.

The results of this study can be concluded that the Tempe Kripik Mirasa Industry applies a marketing mix strategy including: (1) the product strategy carried out is by adding product variants, adding types of packaging such as cardboard, the price strategy adopted is to offer standard prices and can be reached by all consumers, the location strategy applied is the place of business that is traversed by public transportation and the selection of a business location close to the Trenggalek Typical Snack Center, the promotional strategy carried out is to use Whatsapp, the main promotion is word of mouth because it is considered more effective and more accurate, people's strategy is to choose employees who have a strong desire to work, are time-disciplined and want to learn, the process strategy is to choose raw materials with good quality, processed hygienically without using preservatives, the strategy for physical evidence is to have adequate infrastructure used in the production process (2) workforce restructuring that was implemented during the Covid-19 pandemic in increasing work productivity, namely by arranging employee work schedules so that no employees were laid off and productivity could increase.

Keywords: Marketing mix, Workforce restructuring, work produktivity