

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Produk Emping Jagung dalam meningkatkan volume penjualan (Studi Kasus di Emping Jagung Aisyah Ds. Ngembes Kec. Modo Kab. Lamongan)” ini ditulis oleh Amelia Shafira Putri NIM 12402183180, pembimbing Suminto, M.Pd. I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh Emping Jagung Aisyah yang mengalami perubahan pada Volume penjualan dan pengembangan produk di Emping Jagung Aisyah ini namun di era modern saat ini perusahaan masih tetap bertahan dan mampu bersaing dengan produk modern lainnya. Sehingga peneliti ingin meneliti lebih dalam lagi bagaimana strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan melalui bauran pemasaran 4P.

Adapun Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk menganalisis strategi Fitur UMKM Emping Jagung Aisyah dalam meningkatkan volume penjualan di *Home Industry* Emping Jagung Aisyah Desa Ngembes Kec. Modo Kabupaten Lamongan (2) Untuk menganalisis strategi Mutu UMKM Emping Jagung Aisyah dalam meningkatkan volume penjualan di *Home Industry* Emping Jagung Aisyah Desa Ngembes Kec. Modo Kabupaten Lamongan (3) untuk menganalisis strategi daya tahan UMKM Emping jagung aisyah dalam meningkatkan volume penjualan di *Home Industry* Emping Jagung Aisyah desa Ngembes Kec. Modo Kab. Lamongan.

Hasil dari penelitian ini adalah (1) strategi fitur khususnya pada segi harga adalah model strategi yang cukup efektif untuk diterapkan dalam meningkatkan volume penjualan pada UMKM Emping Jagung Aisyah Desa Ngembes Kec. Modo Kabupaten Lamongan. (2) Strategi mutu Pada kualitas produk Emping Jagung Aisyah sangat menjaga kualitas produknya dikarenakan kualitas yang baik terdiri dari bahan yang berkualitas. Kepuasan konsumen menjadi tujuan utama usaha ini karena jika konsumen merasa puas karena secara otomatis akan meningkatkan volume penjualan. Keunggulan produk Emping Jagung Aisyah memiliki tekstur yang renyah dan garing serta rasa yang gurih hal ini sama dengan kualitas produk. (3) Strategi daya tahan UMKM Emping Jagung Aisyah adalah ketahanan produk yang cukup lama bahkan dapat dikirim diberbagai wilayah Jawa timur. Kurun waktu ketahanan produk ini sekitar kurang lebih 2 bulan.

Kata kunci: penemuan, Bauran Pemasaran, Volume Penjualan

ABSTRACT

Thesis with the title "Micro Small and Medium Enterprises (UMKM) Corn Chips Product Strategy in increasing sales volume (Case Study at Home Industry Corn Chips Aisyah Ds. Ngembes Kec. Modo Kab. Lamongan)" was written by Amelia Shafira Putri NIM 12402183180, supervisor Suminto, M.Pd. I.

This research was motivated by Aisyah Corn Chips, which experienced changes in sales volume and product development at Aisyah Corn Chips, but in the modern era the company still survives and is able to compete with other modern products. So that researchers want to examine more deeply how the marketing mix strategy implemented by the company through the 4P marketing mix..

The objectives of this research are (1) To analyze the strategy of Aisyah Corn Chips UMKM Feature in increasing sales volume in Aisyah Corn Chips Home Industry, Ngembes Village, Kec. Modo Lamongan Regency (2) To analyze the quality strategy of Aisyah Corn Chips UMKM in increasing sales volume in Aisyah Corn Chips Home Industry, Ngembes Village, Kec. Modo Lamongan Regency (3) to analyze the resilience strategy of Aisyah Corn Chips SMEs in increasing sales volume at Empin Jagunng Aisyah Home Industry, Ngembes Village, Kec. Kab. Lamongan.

The results of this study are (1) the strategy features especially in terms of price is a strategic model that is quite effective to be applied in increasing sales volume at MSMEs Emping Corn Aisyah, Ngembes Village, Kec. Modo Lamongan Regency. (2) In terms of product quality, Aisyah's Corn Chips really maintain the quality of their products because good quality consists of quality ingredients. Consumer satisfaction is the main goal of this business because if consumers are satisfied, it will automatically increase sales volume. The superiority of Aisyah's Corn Chips product has a crunchy and crisp texture and a savory taste, this is the same as the quality of the product. (3) The resilience strategy of Aisyah's Corn Chips UMKM is that the product's durability is long enough and can even be shipped in various regions of East Java. The shelf life of this product is approximately 2 months.

Keywords: development, Marketing Mix, Sales Volume