

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Strategi Pemasaran UMKM Egg Taost Tulungagung Dalam Meningkatkan Penjualan”. Yang ditulis oleh Diana Agustin, NIM. 12405183018, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Jurusan Bisnis dan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M.Ag.

Penelitian ini dilatar belakangi dengan ditahun 2021 UMKM Egg Toast Tulungagung membuka cabang baru di desa Serut namun, hanya bertahan selama 6 bulan dan memilih untuk menutup outletnya. disamping itu penurunan omset juga terjadi pada outlet utama yaitu di desa Ketanon, namun penurunan omset hanya terjadi di penjualan offline sedangkan penjualan online mengalami peningkatan.

Tujuan penelitian dalam skripsi ini yaitu (1) Bagaimana strategi pemasaran UMKM Egg Toast Tulungagung yang diterapkan dalam meningkatkan volume penjualan produk, (2) Bagaimana kendala strategi pemasaran UMKM Egg Toast Tulungagung dalam meningkatkan volume penjualan produk, (3) Bagaimana solusi strategi pemasaran UMKM Egg Toast Tulungagung dalam meningkatkan volume penjualan produk.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Sumber data yang diperoleh adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun teknik analisis yaitu dengan kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Strategi pemasaran yang dilakukan adalah dengan strategi 4p (*product, price, promotion, place*) (2) Kendala yang dihadapi dalam melakukan strategi tersebut yaitu terletak pada produk yang cepat basi, harga bahan baku yang naik turun, promosi yang kurang maksimal lokasi tempat yang banyak pesaingnya. (3) solusi untuk mengatasi kendala tersebut adalah dengan menjaga kualitas produk, mengurangi quantity ketika produk sedang naik, dan memaksimalkan promosi dengan merekrut karyawan dan menjaga kualitas tempat dengan menerapkan SOP yang ada.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Penjualan, UMKM.

ABSTRACT

This thesis is entitled "Marketing Strategy of UMKM Egg Taost Tulungagung in Increasing Sales". Written by Diana Agustin, NIM. 12405183018, Sharia Business Management Study Program, Department of Business and Management, Faculty of Islamic Economics and Business, Advisor Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M.Ag.

The background of this research is that in 2021 the Egg Toast Tulungagung UMKM opened a new branch in Serut village, however, it only lasted for 6 months and chose to close the outlet. In addition, the decline in turnover also occurred at the main outlet, namely in the village of Ketanon, but the decline in turnover only occurred in offline sales, while online sales increased.

The research objectives in this thesis are (1) How is the marketing strategy of UMKM Egg Toast Tulungagung applied in increasing product sales volume, (2) What are the constraints on the marketing strategy of UMKM Egg Toast Tulungagung in increasing product sales volume, (3) How is the marketing strategy solution for UMKM Egg Toast Tulungagung in increasing product sales volume.

This study uses a descriptive approach with descriptive qualitative research. Sources of data obtained are primary data and secondary data. Data collection techniques with observation, interviews and documentation. The analysis technique is by condensing data, presenting data and drawing conclusions.

The results of this study indicate that (1) the marketing strategy carried out is the 4p strategy (product, price, promotion, place) (2) The constraints faced in carrying out this strategy lie in products that go stale quickly, raw material prices fluctuate, less than optimal promotion, location where there are many competitors. (3) the solution to overcome these obstacles is to maintain product quality, reduce the quantity when the product is up, and maximize promotions by recruiting employees and maintaining the quality of the place by implementing existing SOP.

Keywords: Marketing Strategy, Sales, UMKM.