

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan (Analisis Studi pada *Home Industry* Kerupuk Rambak *Jaya Lestari* di Kelurahan Panggungrejo Kabupaten Tulungagung” yang ditulis oleh Nabilla Safrilia, NIM 12405183360, pembimbing Dr. Qomarul Huda, M.Ag.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya suatu usaha *home industry* yang memiliki potensi untuk berkembang secara luas. Tingginya kepercayaan masyarakat akan produk kerupuk rambak tersebut menjadikan produk ini mengalami banyak permintaan. Namun terdapat beberapa hal yang menghambat perkembangan industri ini. Karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian ini.

Home Industri Jaya Lestari adalah salah satu usaha kerupuk rambak di Kelurahan Panggungrejo, Kecamatan Tulungagung. Industri ini merupakan makanan khas daerah Tulungagung yang bahan bakunya adalah kulit sapi atau kulit kerbau. Usaha ini cukup berkembang dengan adanya data penjualan yang dimiliki yaitu omzet penjualan yang bisa mencapai maksimal 30 kg per bulan. Meskipun itu bersifat tidak menentu.

Fokus penelitian ini adalah 1) Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada *home industry Jaya Lestari*? 2) Apa kelebihan dan kekurangan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada *home industry Jaya Lestari*?

Metode yang digunakan penulis dalam melaksanakan penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Sedangkan pendekatannya berupa pendekatan deskriptif. Sementara itu, sumber data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer yang didapatkan dari hasil wawancara, observasi di lokasi penelitian yaitu *home industry* kerupuk rambak *Jaya Lestari*. Sedangkan data sekunder didapatkan dari sumber-sumber kepustakaan. Teknik dalam pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini adalah 1) Strategi pemasaran yang dilakukan oleh usaha *Jaya Lestari* belum maksimal namun sudah cukup baik. Ini dikarenakan adanya kendala-kendala lapangan seperti belum maksimalnya promosi digital dan kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki namun sudah terdaftarnya produk di daerah tetapi belum adanya sertifikat kehalalan produk. Meskipun kualitas produk sudah sangat diperhatikan. 2) Untuk kelebihannya, usaha ini menawarkan kemudahan dalam transaksi jual beli. Konsumen yang memesan akan segera dilayani kemudian pesanan bisa diantar atau diambil sendiri. Industri ini juga terletak di tempat-tempat strategis sehingga mampu menarik banyak pelanggan. Sedangkan kelemahannya adalah penyediaan produk yang hanya sesuai permintaan konsumen dan juga belum adanya toko dan karyawan yang hanya dua orang mencakup pemilik usaha itu sendiri. Selain itu, usaha ini belum menerapkan aturan diskon pembelian produk dan belum membuka peluang untuk reseller.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Penjualan, Marketing Mix

ABSTRACT

This thesis is entitled "Marketing Strategy to Increase Sales (Analysis of Studies on Home Industry of Rambak Cracker Jaya Lestari in Panggungrejo, Tulungagung" written by Nabilla Safrilia, NIM 12405183360, supervisor Dr. Qomarul Huda, M.Ag.

This research is motivated by the existence of a home industry business that has the potential to develop widely. The high public trust in the rambak cracker product makes this product actually experience a lot of demand. However, there are several things that hinder the development of this industry. Therefore, the authors are interested in doing this research.

Home Industry of Jaya Lestari is one of the rambak cracker businesses in Panggungrejo, Tulungagung. It is a typical food of the Tulungagung region whose raw materials are cowhide or buffalo skin. It is quite developed with the sales data owned, namely sales turnover which can reach a maximum of 30 kg per month. Even if it is uncertain.

The focus of this research are 1) What is the marketing strategy in increasing sales at the home industry of Jaya Lestari? 2) What are the advantages and disadvantages of marketing strategies in increasing sales at home industry of Jaya Lestari?

The method used by the author in carrying out this research is to use a qualitative method. While the type of data approach is descriptive. Primary data was obtained from interviews, observations at the research location, namely home industry of rambak cracker Jaya Lestari. While secondary data was obtained from library sources. Techniques in data collection were observation, interviews and documentation.

The results of this study are 1) The marketing strategy carried out by Jaya Lestari's business has not been maximized but is quite good. This is due to field constraints such as the lack of maximum digital promotion and the lack of human resources that are owned and the product but already registered in the region but not yet there is no product halal certificate. Although the quality of the product has been very concerned. 2) For the advantages that this business offers convenience in buying and selling transactions. Consumers who order will be served immediately and then orders can be delivered or picked up by themselves. This industry is also located in strategic places and visible in the market so as to attract many customers. While the weakness is the provision of products that only meet consumer demand and also the absence of shops and employees who only two people include the owner of the business itself. In addition, this business has not applied the rules for product purchase discounts and has not opened up opportunities for resellers.

Keywords: Marketing Strategy, Selling, Marketing Mix