

ABSTRAK

Judul skripsi ini adalah “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk pada UD. Thrift Shop di Tulungagung” yang ditulis oleh Firda Akhmaris Sabila, NIM 12405183097, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah. Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, pembimbing Ibu Nurul Fitri Ismayanti, S.E., M.E.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh Setiap produsen selalu berbisnis melalui produk yang dihasilkannya agar tujuan dan sasaran perusahaannya tercapai. Produk yang dihasilkannya dapat terjual atau dibeli oleh konsumen akhir dengan tingkat harga yang memberikan keuntungan perusahaan jangka panjang. Melalui produk yang dapat dijualnya, perusahaan dapat menjamin kehidupannya atau menjaga kestabilan usahanya dan dapat berkembang.

Fokus penelitian dalam penulisan skripsi adalah: 1) Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan pada produk Thrift Shop dalam meningkatkan penjualannya. 2) Apa saja kendala dan solusi dalam melakukan strategi pemasaran pada UD. Thrift Shop di Tulungagung. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan pada UD. Thrift Shop dan untuk mengetahui kendala dan solusi dalam melakukan strategi pemasaran pada UD. Thrift Shop di Tulungagung. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi yang kemudian dilakukan analisis data dengan menggunakan teknik berupa reduksi data, penyajian data kemudian penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, 1) Penerapan strategi pemasaran dengan menggunakan strategi segmentasi pasar, *targeting*, *positioning* dan *diferensiasi*. Dalam penerapan segmentasi pasar, UD. Thrift Shop menyusun segmen pasar dengan 3 segmen. Diantaranya segmentasi geografis, segmentasi demografis, dan segmentasi perilaku. Penerapan strategi pemasaran ini juga bisa dijadikan sarana untuk membangun citra yang baik dimata masyarakat. 2) UD. Thrift shop sendiri juga memiliki kendala salah satunya pada harga produk yang tidak stabil, sehingga solusi yang dilakukan untuk mengantisipasi kendala tersebut yaitu dengan cara menggunakan strategi yang bagus walaupun laba yang didapat ditiap produk kadang sedikit karena tidak stabilnya harga ball. Strategi yang tepat adalah dengan menggunakan media sosial agar dapat menarik minat banyak customer baru untuk membeli produk-produk Thrift.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Kendala dan Solusi

ABSTRACT

The title of this thesis is “Marketing Strategy in Increasing Product Sales at UD. Thrift Shop in Tulungagung” written by Firda Akhmaris Sabila, NIM 12405183097, Faculty of Islamic Economics and Business, Department of Sharia Business Management. Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, advisor Mrs. Nurul Fitri Ismayanti, S.E., M.E.I.

This research is motivated by manufacturer who always doing business through the products it produces so that the goals and objectives of the company are achieved. The resulting product can be sold or purchased by the last consumer at a price level that provides long-term profits for the company. Through the products that it can sell, the company can guarantee its life or maintain the stability of its business and can develop.

The focus of the research in writing the thesis is: 1) What is the marketing strategy for Thrift Shop products in increasing sales. 2) What are the obstacles and solutions in carrying out marketing strategies at UD. Thrift Shop in Tulungagung. The purpose of this study was to find out how the marketing strategy was carried out at UD. Thrift Shop and to find out the obstacles and solutions in carrying out marketing strategies at UD. Thrift Shop in Tulungagung. This research uses qualitative method with descriptive type. Data collection techniques in the study used observation, interviews and documentation which were then analyzed using techniques such as data reduction, data presentation and then drawing conclusions.

The results of this study indicate that, 1) The application of marketing strategies using market segmentation, targeting, positioning and differentiation strategies. In the application of market segmentation, UD. Thrift Shop composes market segments with 3 segments. Among them are geographic segmentation, demographic segmentation, and behavioral segmentation. The application of this marketing strategy can also be used as a means to build a good image in the eyes of the public. 2) UD. Thrift shops themselves also have constraints, one of which is the unstable product price, so the solution to anticipate these obstacles is by using a good strategy even though the profit earned on each product is sometimes small due to the unstable price of the ball. The right strategy is to use social media to attract many new customers to buy Thrift products.

Keywords: Marketing Strategy, Constraints and Solutions