

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada *Home Industry* Gipang Manis Singo Mas Kabupaten Tulungagung” ditulis oleh Ahmad Rokhan Khabibi, NIM. 12405183307, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, pembimbing Dr. Asmawi, M.Ag.

Penelitian dalam skripsi ini di latarbelakangi oleh banyaknya usaha yang terdampak buruk karena adanya pandemi covid-19 hal tersebut juga dialami oleh *Home Industry* Gipang Manis Singo Mas yang menyebabkan penurunan penjualan yang cukup drastis. Serta persaingan yang semakin ketat antara olahan jajanan tradisional dengan olahan jajanan modern. Untuk menghadapi permasalahan tersebut *Home Industry* Gipang Manis Singo Mas membutuhkan strategi pemasaran yang baik dengan menggunakan bauran pemasaran 7P untuk meningkatkan volume penjualan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan *Home Industry* Gipang Manis Singo Mas Desa Serut Kabupaten Tulungagung dalam meningkatkan volume penjualan? 2) Apa saja kendala yang dihadapi dan solusi yang diterapkan dalam pelaksanaan strategi pemasaran pada *Home Industry* Gipang Manis Singo Mas Desa Serut Kabupaten Tulungagung ?

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologis dan naturalistik dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sumber data dari pihak pemilik, karyawan, dan konsumen *Home Industry* Gipang Manis Singo Mas.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah 1) Strategi pemasaran *Home Industry* Gipang Manis Singo Mas dengan menggunakan bauran pemasaran 7P, mulai dari strategi product (produk) dengan variasi produk dan kualitas produk, strategi price (harga) dengan penetapan harga sesuai dipasaran, strategi place (tempat/saluran distribusi) dengan mendistribusikan ke daerah Jawa Timur dan Jawa Tengah, strategi promotion (promosi) dengan promosi dari mulut ke mulut dan menawarkan secara langsung ke pedagang-pedagang, strategi people (orang) dengan pembagian kerja karyawan sesuai bidangnya, strategi process (proses) dengan memperhatikan proses produksi hingga pengemasan, dan strategi physical evidence (lingkungan fisik) dengan memperhatikan kondisi kebersihan lokasi serta pelayanan dengan baik. 2) Kendala yang dihadapi *Home Industry* Gipang Manis Singo Mas dalam pelaksanaan strategi pemasaran yaitu berupa kendala internal dan eksternal, namun dari kendala-kendala tersebut pemilik juga telah mempunyai solusi yang cukup efektif atas kendala yang dihadapi sehingga pelaksanaan pemasaran tetap bisa berjalan dengan baik dan lancar sehingga volume penjualan bisa lebih meningkat.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Volume Penjualan, *Home Industry*

ABSTRACT

This thesis entitled "Marketing Strategy to Increase Sales Volume at Home Industry Gipang Manis Singo Mas Tulungagung Regency" was written by Ahmad Rokhan Khabibi, NIM. 12405183307, Department of Syariah Business Management, supervisor Dr. Asmawi, M.Ag.

The research in this thesis is motivated by the number of businesses that have been badly affected by the covid-19 pandemic, this is also experienced by the Home Industry Gipang Manis Singo Mas which has caused a drastic decline in sales. As well as the increasingly fierce competition between processed traditional snacks and processed modern snacks. To deal with these problems, the Home Industry Gipang Manis Singo Mas requires a good marketing strategy by using the 7P marketing mix to increase sales volume.

The formulation of the problem in this research is 1) How is the marketing strategy applied by Home Industry Gipang Manis Singo Mas Tulungagung Regency in increasing sales volume? 2) What are the obstacles faced and the solutions applied in the implementation of marketing strategies at the Home Industry Gipang Manis Singo Mas Tulungagung Regency ?

This study uses a phenomenological and naturalistic approach with descriptive qualitative research. Data collection techniques were carried out by interview, observation, and documentation. Sources of data from the owners, employees, and consumers of Home Industry Gipang Manis Singo Mas.

The results obtained from this study are 1) The marketing strategy of the Home Industry Gipang Manis Singo Mas by using the 7P marketing mix, starting from the product strategy with product variations and product quality, price strategy with pricing according to the market, place strategy (place/distribution channel) by distributing to East Java and Central Java, promotion strategy (promotion) by word of mouth promotion and offering directly to traders, people strategy with division of labor according to the field, process strategy (process) by paying attention to the production process to packaging, and physical evidence strategy (physical environment) by paying attention to the cleanliness of the location and good service. 2) The obstacles faced by the Home Industry Gipang Manis Singo Mas in implementing the marketing strategy are in the form of internal and external constraints, but from these constraints the owner also has a fairly effective solution to the obstacles faced so that the marketing implementation can still run well and smoothly so that the volume sales could be increased.

Keywords : Marketing Strategy, Sales Volume, Home Industry