

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Promosi Dalam Mengembangkan Usaha Produk Camilan (Studi Kasus UMKM Yunnita Chips Desa Sumberejo Kulon Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung)” ini ditulis oleh Naila Saajidah, NIM. 12405183271, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung yang dibimbing oleh Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penerapan dari bauran promosi yang menjadi sorotan penting yang selalu ada di setiap usaha, baik perusahaan besar maupun kecil. Dengan penerapan bauran promosi yang baik, sebuah usaha dapat meraih berbagai keuntungan. Diantara keuntungan tersebut yaitu produk akan dikenal secara luas oleh masyarakat. Adanya promosi dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk. Dengan demikian, semakin banyak masyarakat yang menggunakan produk tersebut, maka bisa dikatakan bahwa usaha tersebut berkembang.

Penelitian ini berfokus pada (1) Bagaimana Strategi Promosi UMKM Yunnita Chips dalam mengembangkan usaha? (2) Apa saja kendala yang dihadapi UMKM Yunnita Chips dalam melakukan promosi? (3) Bagaimana solusi yang dilakukan UMKM Yunnita Chips untuk menghadapi kendala dalam melakukan promosi? Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mendeskripsikan strategi promosi pada UMKM Yunnita Chips, (2) Mendeskripsikan kendala yang dihadapi UMKM Yunnita Chips dalam melakukan promosi, serta (3) Mendeskripsikan solusi yang dilakukan UMKM Yunnita Chips untuk menghadapi kendala dalam melakukan promosi.

Di dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian lebih menekankan pada makna penelitian yang digunakan peneliti ialah pendekatan studi kasus. Data penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan berbagai pihak yang berkaitan dengan objek penelitian, yaitu UMKM Yunnita Chips, hasil observasi serta hasil dari dokumentasi. Analisis data yang digunakan ialah kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Strategi promosi yang digunakan dalam mengembangkan usaha menggunakan elemen bauran promosi sesuai teori yang ada, (2) Kendala yang dihadapi dalam melakukan kegiatan promosi adalah terbatasnya biaya promosi dan kurangnya tenaga sales, (3) Solusi yang dilakukan untuk meminimalisir kendala yang sedang dihadapi adalah dengan melakukan promosi yang tidak mengeluarkan biaya besar dan tidak membutuhkan banyak tenaga kerja.

**Kata Kunci:** Strategi Promosi, Mengembangkan Usaha, Camilan

## **ABSTRACT**

*The thesis entitled "Promotional Strategies in Developing a Snack Product Business (Case Study of UMKM Yunnita Chips, Sumberejo Kulon Village, Ngunut District, Tulungagung Regency)" was written by Naila Saajidah, NIM. 12405183271, Department of Sharia Business Management, Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung who was supervised by Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.*

*This research is motivated by the application of the promotional mix which is an important highlight that is always present in every business, both large and small companies. By implementing a good promotion mix, a business can achieve various benefits. Among these advantages is that the product will be widely known by the public. Promotions can attract consumers to buy products. Thus, the more people who use these products, it can be said that the business is growing.*

*This research focuses on (1) How is Yunnita Chips' UMKM Promotion Strategy in developing the business? (2) What are the obstacles faced by UMKM Yunnita Chips in conducting promotions? (3) What is the solution made by UMKM Yunnita Chips to face obstacles in carrying out promotions? This study aims to (1) describe the promotion strategy for Yunnita Chips, (2) describe the obstacles faced by Yunnita Chips in carrying out promotions, and (3) describe the solutions made by Yunnita Chips to deal with obstacles in carrying out promotions.*

*In this study using qualitative methods with a descriptive approach. The results of the study put more emphasis on the meaning of the research used by the researcher, namely the case study approach. The research data was obtained from interviews with various parties related to the research object, namely UMKM Yunnita Chips, the results of observations and the results of documentation. Data analysis used is data condensation, data presentation and drawing conclusions.*

*The results of this study indicate that (1) The promotion strategy used in developing a business uses the elements of the promotion mix according to existing theory, (2) The constraints faced in carrying out promotional activities are limited promotional costs and a lack of sales staff, (3) Solutions made to minimizing the obstacles that are being faced is by carrying out promotions that do not incur large costs and do not require a lot of manpower.*

**Keywords:** *Promotion Strategy, Business Development, Snacks*