

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Beras (Studi Pada Usaha Penggilingan Beras UD. Sontani Berkah Trenggalek)” ini ditulis oleh Salsabiil Al Jauzha NIM 12405183443, pembimbing Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

Saat ini permintaan terhadap beras di pasar mengalami peningkatan yang cukup signifikan seiring dengan meningkatnya konsumsi beras pada masyarakat. Hal tersebut tentunya mendorong terbukanya usaha penggilingan beras untuk memproduksi beras supaya permintaan terhadap pasar dapat terpenuhi. Agar produk yang dihasilkan oleh suatu usaha penggilingan beras dapat bersaing di pasar maka diperlukan suatu strategi pemasaran sehingga produk dapat diminati oleh konsumen dan penjualan produk beras dapat meningkat.

Fokus penelitian dalam skripsi ini yaitu (1) Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh tempat usaha penggilingan beras UD. Sontani Berkah untuk meningkatkan volume penjualan produk beras?, (2) Apa kendala serta solusi dalam proses pemasaran beras pada usaha penggilingan beras UD. Sontani berkah?

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis studi kasus. Sumber data yang digunakan berasal dari wawancara dengan pemilik usaha penggilingan beras UD. Sontani Berkah, hasil dari observasi dan dokumentasi di lapangan, penggunaan dokumen, buku referensi, jurnal, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan judul penelitian serta buku catatan yang dimiliki oleh usaha penggilingan beras UD. Sontani Berkah. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa wawancara, observasi dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh UD. Sontani Berkah dalam meningkatkan volume penjualannya menggunakan empat unsur dari bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat dan promosi. Kegiatan pemasaran di UD. Sontani Berkah juga terdapat kendala yang berupa kendala produk serta kendala distribusi. Solusi dari UD. Sontani Berkah untuk mengatasi kendala tersebut yaitu tidak menerima lagi penjualan gabah dari petani yang curang serta lebih selektif dalam memilih bahan baku dan menggunakan kendaraan dari jasa perantara agar barang tersalurkan dengan tepat waktu.

Kata Kunci: strategi pemasaran, bauran pemasaran, volume penjualan

ABSTRACT

Thesis with title, “Analysis of Marketing Strategies in Increasing Sales Volume of Rice Product (Study on the Rice Milling Business UD. Sontani Berkah)” was written by Salsabiil Al Jauzha, NIM. 12405183443, supervisor of Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

Currently, the demand for rice in the market has increased significantly in line with the increasing consumption of rice in the community. This certainly encourages the opening of rice milling businesses to produce rice so that market demand can be met. In order for the products produced by a rice milling business to be competitive in the market, a marketing strategy is needed so the products can be in demand by consumers and sales of rice products can increase.

The focus of the research in this thesis is (1) How is the marketing strategy implemented by the UD. Sontani Berkah to increase sales volume of rice products?, (2) What are the obstacles and solution of marketing rice in the rice milling bussiness UD. Sontani Berkah?

In this study uses a qualitative research approach with a case study type. The source of the data used comes from interviews with rice mill business owners UD. Sontani Berkah, the results of observations and documentation in the field, the use of documents, reference books, journals and previous research that are relevant to the research title and notebooks owned by the rice mill business UD. Sontani Berkah. Data collection techniques used in the form of interviews, observation and documentation.

Based on the results of this study it was found that the marketing strategy carried out by UD. Sontani Berkah in increasing its sales volume uses four elements of the marketing mix which include product, price, place and promotion. Marketing activities at UD. Sontani Berkah also has obstacles in the form of product constraints and distribution constraints. The solution from UD. Sontani Berkah to overcome these obstacles is to no longer accept grain sales from fraudulent farmers and to be selective in choosing raw materials and using intermediary services so that goods are distributed in a timely manner.

Keywords: marketing strategy, marketing mix, sales volume