

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan pada Home Industri Krupuk Udang Sari Rasa Desa Plosokandang Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung” yang ditulis oleh Nur Ulfa Qurrotul ‘Aini, NIM 12405183257, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah. Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, pembimbing Dr. Qomarul Huda M.Ag.

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 dan terus dapat meningkatkan penjualan.

Fokus penelitian dalam penulisan skripsi adalah: 1) Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak home industri krupuk udang Sari Rasa dalam meningkatkan penjualan produknya. 2) Apa saja faktor yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dalam melakukan strategi pemasaran pada home industri krupuk udang Sari Rasa. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan pada home industri krupuk udang Sari Rasa dan untuk mengetahui apa saja faktor yang menjadi pendukung dan penghambat dalam melakukan strategi pemasaran pada home industri krupuk udang Sari Rasa. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, 1) Penerapan strategi pemasaran dengan menggunakan strategi 4P yakni *product*, *price*, *place* dan *promotion*. Diantara empat indikator tersebut, strategi *product* adalah salah satu indikator yang paling diterapkan dengan maksimal karena mempertahankan cita rasa khas sehingga konsumen bertahan pada produk dengan tidak mengganti bahan baku utama yakni tepung menjadikan krupuk udang Sari Rasa ini khas pada cita rasanya dan membuat para pelanggan bertahan pada produk krupuk udang ini. 2) home industri krupuk udang Sari Rasa sendiri juga memiliki kendala salah satunya pada harga bahan produksi yang tidak stabil, sehingga solusi yang dilakukan untuk mengantisipasi kendala tersebut yaitu dengan cara menggunakan strategi yang bagus walaupun laba yang didapat di tiap produk kadang sedikit karena tidak stabilnya harga bahan produksi krupuk. Strategi yang tepat adalah dengan menggunakan media sosial agar dapat menarik minat banyak customer baru yang mengenal merk krupuk udang Sari Rasa tersebut.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Faktor Pendukung dan Penghambat

ABSTRACT

This thesis entitled "Marketing Strategy to Increase Sales at Home Industry of Shrimp Crackers Sari Rasa Plosokandang Village, Kedungwaru District, Tulungagung Regency" was written by Nur Ulfa Qurrotul 'Aini, NIM. 12405183257, supervisor Dr. Qomarul Huda, M.Ag.

This research is motivated by every manufacturer 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 final consumer at a price level that provides long-term company profits. Through the products that it can sell, the company can guarantee its life or maintain the stability of its business and can develop and continue to increase sales.

The focus of the research in writing the thesis is: 1) How is the marketing strategy carried out by the shrimp cracker home industry Sari Rasa in increasing the sales of its products. 2) What are the supporting and inhibiting factors in carrying out a marketing strategy for the Sari Rasa shrimp cracker home industry. The purpose of this study is to find out how the marketing strategy is carried out at the home industry of Sari Rasa shrimp crackers and to find out what are the supporting and inhibiting factors in carrying out marketing strategies at the home industry of Sari Rasa shrimp crackers. This study uses a qualitative method with a 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 the 4P strategy : product, price, place and promotion. Among the four indicators, product strategy is one of the indicators that is most applied to the maximum because it maintains a distinctive taste so that consumers stick to the product. The product focus at the Sari Rasa prawn crackers factory is consistently on the distinctive taste of the shrimp crackers themselves, by never changing the main raw material, namely flour, making Sari Rasa prawn crackers unique in taste and making customers stick to this shrimp cracker product. . 2) the home industry of Sari Rasa prawn crackers itself also has constraints, one of which is the unstable price of production materials, so the solution to anticipate these obstacles is by using a good strategy even though the profit earned on each product is sometimes small because it is unstable. the price of crackers production materials. The right strategy is to use social media in order to attract many new customers who are familiar with the Sari Rasa prawn cracker brand.

Keywords: Marketing Strategy, Supporting and Inhibiting Factors