

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Penerapan Strategi Pemasaran di UMKM Buket *Rose Florist* desa Sanggrahan Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung melalui Analisis SWOT guna Meningkatkan Omset Penjualan” ini ditulis oleh Chindy Widharyani NIM 12405193129 Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Dosen Pembimbing Refki Rusyadi, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ketatnya dunia persaingan bisnis pada saat ini. Strategi pemasaran perlu dilakukan perusahaan untuk mencapai suatu tujuan dari perusahaan. *Rose Florist* ini tentunya memiliki strategi pemasaran dalam menjalankan bisnisnya untuk menghadapi persaingan. Banyaknya usaha yang memiliki bidang yang sama dengan *Rose Florist* ini membuat omset penjualan dari *Rose Florist* ini menurun. Maka dari itu peneliti menganalisis faktor-faktor internal maupun eksternal perusahaan dengan menggunakan bauran pemasaran dan analisis SWOT untuk melahirkan *alternative* strategi yang bisa digunakan *Rose Florist* untuk meningkatkan omset penjualan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran *Rose Florist* dalam penerapan marketing mix guna meningkatkan omset penjualan dan Untuk mengetahui analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat pada UMKM *Rose Florist* guna meningkatkan omset penjualan.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan datanya yaitu melalui wawancara, kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Serta juga menggunakan teknik analisis data dan pengecekan keabsahan temuan.

Hasil dari penelitian ini adalah: (1) Dari bauran pemasaran 7P *Rose Florist* ini hanya menggunakan 4P yaitu *product, price, process, dan physical evidence* dalam menerapkan strategi pemasaran. (2) Alternatif strategi yang lahir dari analisis SWOT yaitu meningkatkan dan memluas promosi yang dilakukan baik secara langsung maupun melalui media sosial, memberikan diskon untuk pelanggan tetap, meminta testimony dari setiap konsumen untuk lebih menarik minat konsumen, Ikut serta jika ada pameran UMKM di Tulungagung dan mendatangi secara langsung tempat-tempat acara seperti wisuda dan bekerja sama dengan event organizer.

***Kata Kunci:*** Bauran Pemasaran 7P, Analisis SWOT, *Rose Florist Tulungagung*

## **ABSTRACT**

*The thesis with the title " Implementation of a Marketing Strategy at the MSME Bouquet Rose Florist, Sanggrahan Village, Boyolangu District, Tulungagung Regency through SWOT Analysis to Increase Sales Turnover " was written by Chindy Widharyani NIM 12405193129 Sharia Business Management study program, Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Supervisor Refki Rusyadi, M.Pd.I.*

*This research is motivated by the increasingly tight world of business competition at this time. Marketing strategy needs to be done by the company to achieve a goal of the company. This Rose Florist certainly has a marketing strategy in running his business to face competition. The large number of businesses that have the same field as Rose Florist has made Rose Florist's sales turnover decrease. Therefore the researchers analyzed the company's internal and external factors using the marketing mix and SWOT analysis to produce alternative strategies that Rose Florist could use to increase sales turnover.*

*This study aims to determine the marketing strategy of Rose Florist in implementing marketing mix to increase sales turnover and to determine SWOT analysis in determining the right marketing strategy for MSME Rose Florist to increase sales turnover.*

*This research uses a qualitative approach to the type of descriptive research. Sources of data used are primary data and secondary data. Data collection techniques are through interviews, questionnaires, observation, and documentation. As well as using data analysis techniques and checking the validity of the findings.*

*The results of this study are: (1) From the 7Ps of Rose Florist's marketing mix, only the 4Ps are used, namely product, price, process, and physical evidence in implementing marketing strategies. (2) Alternative strategies born from the SWOT analysis, namely increasing and expanding promotions carried out both directly and through social media, providing discounts for regular customers, asking for testimonials from each consumer to attract more consumers, participating if there is an MSME exhibition in Tulungagung and directly visiting event venues such as graduations and working with event organizers.*

**Keywords:** *7P Marketing Mix, SWOT Analysis, Tulungagung Rose Florist*