

## ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pabrik Gula Merah Sambijajar Sumbergempol Tulungagung)” yang ditulis oleh Diana Agustina, NIM. 12405183038, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M.Ag.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan ekonomi yang semakin pesat di Indonesia membuat persaingan antar usaha semakin ketat. Dimulai dari berkembangnya kemajuan teknologi, sistem perdagangan, dan minat konsumen yang terus bertambah. Hal tersebut mendorong Usaha Industri Gula Merah untuk melakukan strategi pemasaran yang baik dan benar untuk meningkatkan minat beli konsumen terhadap usaha industry gula merah yang dimiliki.

Penelitian mengangkat permasalahan yang dirumuskan dalam skripsi ini sebagai berikut: 1) Bagaimana penerapan strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan penjualan pada Pabrik Gula Merah Desa Sambijajar Tulungagung, 2) Bagaimana bauran pemasaran pada Pabrik Gula Merah Desa Sambijajar Tulungagung, 3) Bagaimana perkembangan Pabrik Gula Merah Sambijajar Tulungagung setelah menerapkan strategi pemasaran.

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis peneliti studi kasus. Data yang digunakan peneliti adalah data primer berupa hasil observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Sedangkan data sekunder adalah data berupa buku, jurnal, dan artikel yang diperoleh peneliti. Teknik analisis data yang digunakan adalah kualitatif verifikatif. Pengecekan keabsahan temuan dilakukan dengan uji *Credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*.

Hasil yang telah diperoleh dari penelitian ini adalah 1) Usaha industry gula merah ini menggunakan strategi pemasaran yang terdiri dari Strategi Segmentasi Pasar dan Kepuasan Pelanggan. Strategi pemasaran ini dijadikan sebagai acuan untuk menentukan strategi pemasaran yang baik dan benar. 2) Untuk mencapai tujuan pemasaran dalam menjalankan usaha, pada bauran pemasaran usaha industry gula merah ini hanya mengutamakan produk dan harga karena yang sangat dibutuhkan untuk meningkatkan minat beli konsumen pada usaha industry gula merah adalah produk dan harga. Sedangkan pada tempat, dan promosi tidak terlalu mempengaruhi jalannya usaha industry pabrik gula merah ini. Pada produk industry gula merah memberikan kualitas yang terbaik untuk konsumen. Pada harga yang di digunakan atau ditetapkan sesuai dengan harga pasaran pada umumnya, Tempatnya industry gula merah strategis dan mudah dicari, Promosi yang digunakan hanya melalui WhatsApp dan dari mulut ke mulut. 3) perkembangan pada Industri pabrik gula merah ini lebih meningkatkan kualitas gula merah yang di produksi, memiliki beberapa mitra kerja sehingga mudah dalam mencari informasi mengenai tebu, selalu mengutamakan kualitas gula, jika tidak sesuai kualitas akan dikirim ke pabrik kecap sebagai bahan campuran, dll.

**Kata kunci: Industry gula merah, Minat beli konsumen, Strategi Pemasaran**

## **ABSTRACT**

*This thesis is entitled "Marketing Strategies in An Effort to Increase Consumer Buying Interest (Case Study of Sambijajar Sumbergempol Tulungagung Brown Sugar Factory)" written by Diana Agustina, NIM. 12405183038, Sharia Business Management Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, Supervisor Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M.Ag.*

*This research is backgrounded by the rapid economic development in Indonesia, making competition between businesses more intense. Starting from the development of technological advances, trading systems, and growing consumer interest. This encourages the Brown Sugar Industry Business to carry out a good and correct marketing strategy to increase consumers' buying interest in the brown sugar industry business owned.*

*The research raises the problems formulated in this thesis as follows: 1) How to implement a marketing strategy in an effort to increase sales at the Brown Sugar Factory in Sambijajar Tulungagung Village, 2) How is the marketing mix at the Sambijajar Tulungagung Village Brown Sugar Factory, 3) How is the development of the Sambijajar Tulungagung Brown Sugar Factory after implementing a marketing strategy.*

*The approach in this study is a qualitative approach with the type of case study researcher. The data used by researchers is primary data in the form of observations, in-depth interviews, and documentation. While secondary data is data in the form of books, journals, and articles obtained by researchers. The data analysis technique used is verificative quality. Checking the validity of the findings is carried out with Credibility, transferability, dependability, and confirmability tests.*

*The results that have been obtained from this research are 1) This brown sugar industry business uses a marketing strategy consisting of a Market Segmentation Strategy and Customer Satisfaction. This marketing strategy is used as a reference to determine a good and correct marketing strategy. 2) To achieve marketing goals in running a business, in the marketing mix, the brown sugar industry only prioritizes products and prices because what is needed to increase consumers' buying interest in the brown sugar industry business is products and prices. As for the venue, and promotion does not greatly affect the course of the business of this brown sugar factory industry. In the brown sugar industry products provide the best quality for consumers. At prices that are used or set according to market prices in general, the place of the brown sugar industry is strategic and easy to find, promotions are used only through WhatsApp and word of mouth. 3) developments in the brown sugar factory industry further improve the quality of brown sugar produced, have several partners so that it is easy to find information about sugarcane, always prioritize the quality of sugar, if it is not in accordance with the quality, it will be sent to the soy sauce factory as a mixed ingredient, etc.*

**Keywords:** *Brown sugar industry, Consumer buying interest, Marketing Strategy*