

ABSTRAK

Skripsi dengan judul ‘ Analisis Strategi Pemasaran Konvensional Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Krupuk Cap Nangka Bapak Subiono Di Era Digitalisasi Di Desa Candisari Kecamatan Sambeng Kabupaten Lamongan’ ini ditulis oleh Evi Septiyo Ningrum, NIM 12402183011, Pembimbing Dr. Refki Rusyadi, M.Pd.I

Penelitian ini dilatar belakangi oleh kurangnya pemahaman pemilik tentang digitalisasi karena keterbatasan pengetahuan pemilik usaha. Karena mereka masih terkendala dalam hal pengetahuan teknologi dan informasi, hal itu masih menjadi salah satu faktor penghambat dalam mengembangkan produk. Pemilik usaha Krupuk Cap Nangka masih kurang memahami terhadap pemanfaatan digital sebagai sarana untuk memasarkan produknya lewat sosial media atau dengan menggunakan digitalisasi. Meskipun banyak UMKM yang sudah menggunakan digitalisasi UMKM Krupuk Cap Nangka ini masih menggunakan strategi pemasaran konvensional atau tradisional yaitu dengan cara memasarkan produknya atau mempromosikan produknya lewat mulut ke mulut tanpa memanfaatkan sosial media untuk pemasaran produknya. Menurut pemilik strategi pemasaran dianggap masih lebih efektif untuk memasarkan produknya mereka juga mempunyai pasar SDM tersendiri untuk memasarkan produknya atau mengembangkan produknya.

Fokus dari penelitian ini adalah (1) Bagaimana pemahaman pemilik UMKM Krupuk Cap Nangka dalam strategi pemasaran konvensional di era digitalisasi ? (2) Bagaimana strategi pemasaran konvensional pada UMKM Krupuk Cap Nangka di era digitalisasi ?

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif jenis deskriptif, sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data menggunakan metode observasi, metode wawancara, dan metode dokumentasi.

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa Krupuk Cap Nangka Merupakan UMKM yang memproduksi krupuk yang berada di Dusun Nongko, Desa Candisari, Kecamatan Sambeng, Kabupaten Lamongan. Kemampuan produksi mencapai 50kg per harinya. Untuk jenis krupuknya ada 5 jenis krupuk yang di produksi yaitu uyel, impala, tahu rambak/ opak, manggar, dan keong. UMKM Krupuk Cap Nangka, Usaha ini merupakan sebuah usaha rumahan yang di jalankan oleh Bapak Subiono. Mereka masih menggunakan pemasaran konvensional karena Bapak Subiono masih kurang memahami tentang digitalisasi..

Kata kunci: Digitalisasi Pemasaran, UMKM, Pemasaran Konvensional

ABSTRACT

This thesis entitled " Analysis of Conventional Marketing Strategies in Micro, Small and Medium Enterprises of Krupuk Cap Nangka Mr. Subiono in the Era of Digitalization in Candisari Village, Sambeng District, Lamongan Regency" was written by Evi Septiyo Ningrum, NIM 12402183011, Supervisor Dr. Refki Rusyadi, M.Pd.I.

This research is motivated by the owner's lack of understanding about digitalization due to the limited knowledge of business owners. Because they are still constrained in terms of technology and information knowledge, this is still one of the inhibiting factors in developing products. The owner of the Krupuk Cap Nangka business still lacks understanding of the use of digital as a means to market their products through social media or by using digitization. Although many MSMEs have used the digitization of UMKM Krupuk Cap Nangka, they still use conventional or traditional marketing strategies, namely by marketing their products or promoting their products through word of mouth without utilizing social media for marketing their products. According to the owner of the marketing strategy, it is considered more effective to market their products, they also have their own human resource market to market their products or develop their products.

The focus of this research is (1) How do Krupuk Cap Nangka MSME owners understand conventional marketing strategies in the digitalization era? (2) What is the conventional marketing strategy for UMKM Krupuk Cap Nangka in the digitalization era?

In this study using a qualitative descriptive type approach, the data sources in this study are primary data and secondary data. The method used in collecting data using the observation method, interview method, and documentation method.

Based on the results of data analysis, it can be concluded that Cap Nangka Crackers are SMEs that produce crackers in Nongko Hamlet, Candisari Village, Sambeng District, Lamongan Regency. Production capability reaches 50kg per day. For the type of crackers, there are 5 types of crackers that are produced, namely uyel, impala, tofu rambak/opak, manggar, and conch. UMKM Krupuk Cap Nangka, this business is a home business run by Mr. Subiono. They still use conventional marketing because Mr. Subiono still doesn't understand digitalization and doesn't use digitalization as a marketing method.

Keywords: Marketing digitalization, UMKM, conventional marketing.