

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Omzet Penjualan UMKM Produk Makanan Opak Gambir Al Kautsar” ini ditulis oleh Amalia Nabilla, NIM. 12402193348, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Dr. Muhamad Aswad, M.A. NIP. 197506142008011009.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh usaha yang bergerak dalam bidang makanan ringan tradisional yang tetap eksis dan bertahan di tengah persaingan usaha yang sejenis. Usaha ini sudah sangat berkembang dengan melihat pemasarannya yang sudah sampai luar kota sehingga membuat usaha ini mengalami peningkatan omzet penjualan. Hal tersebut dikarenakan usaha Opak Gambir Al Kautsar melakukan beberapa strategi untuk mengembangkan serta mempertahankan usahanya di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah (1) Bagaimana strategi *marketing mix* 7P produk Opak Gambir Al Kautsar di Desa Genengan Kecamatan Doko Kabupaten Blitar?, (2) Bagaimana pendekatan analisis SWOT dalam meningkatkan omzet penjualan produk Opak Gambir Al Kautsar di Desa Genengan Kecamatan Doko Kabupaten Blitar?, (3) Bagaimana omzet penjualan atas penerapan strategi *marketing mix* 7P produk Opak Gambir Al Kautsar di Desa Genengan Kecamatan Doko Kabupaten Blitar?.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Adapun alat yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT. Sumber data terdiri dari wawancara dengan pemilik, karyawan, dan konsumen Opak Gambir Al Kautsar, serta berkas yang berasal dari jurnal, buku, dan penelitian terdahulu yang terkait dengan judul penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini yakni Opak Gambir Al Kautsar dalam melakukan kegiatan usahanya menggunakan strategi bauran pemasaran 7P dengan alat pendekatan analisis SWOT. Dalam diagram SWOT posisi Opak Gambir Al Kautsar berada dalam Kuadran 1, di mana dalam kondisi tersebut perusahaan memilih untuk menggunakan strategi SO, ada 4 strategi SO yang dapat dilakukan oleh Opak Gambir Al Kautsar, yaitu melakukan inovasi produk sesuai dengan trend dan permintaan pasar, memberikan pelayanan yang baik agar terbentuk citra positif dan pangsa pasar yang baru, memberikan harga yang terjangkau untuk meningkatkan permintaan konsumen, dan memberikan kualitas produk yang terbaik agar tidak kalah saing dengan pasar modern. Melalui strategi bauran pemasaran 7P dengan memperhatikan lingkungan eksternal dan internal perusahaan melalui alat analisis SWOT, maka akan membantu perusahaan dalam menentukan strategi untuk meningkatkan omzet penjualan di Opak Gambir Al Kautsar.

Kata Kunci : Bauran pemasaran, Omzet Penjualan, Analisis SWOT

ABSTRACT

This thesis entitled "Marketing Mix 7P Strategy in Increasing Sales Turnover of UMKM Food Products Opak Gambir Al Kautsar in Blitar Regency" was written by Amalia Nabilla, NIM. 12402193348, Faculty of Islamic Economics and Business, Islamic Economics Study Program, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Supervisor Dr. Muhammad Aswad, M.A. NIP. 197506142008011009.

This research is motivated by a business engaged in the field of traditional snacks that still exist and survive amid similar business competition. This business has been very developed by looking at its marketing that has reached outside the city so that this business has experienced an increase in sales turnover. This is because the business of Opak Gambir Al Kautsar has carried out several strategies to develop and maintain its business in the midst of increasingly fierce business competition.

The focus of research in this thesis are (1) What is the 7P marketing mix strategy for Opak Gambir Al Kautsar products in Genengan Village, Doko District, Blitar Regency?, (2) What is the SWOT analysis approach in increasing sales turnover for Opak Gambir Al Kautsar products in Genengan Village, Doko District, Regency Blitar?, (3) What is the sales turnover for implementing the 7P marketing mix strategy for Opak Gambir Al Kautsar products in Genengan Village, Doko District, Blitar Regency?

This study uses a qualitative research approach that is descriptive in nature. The tools used in this study use the SWOT analysis method. Data sources consist of interviews with owners, employees, and consumers of Opak Gambir Al Kautsar, as well as files from journals, books, and previous research related to the research title. Data collection techniques were carried out by interviews, observation, and documentation.

The results of this study are Opak Gambir Al Kautsar in carrying out his business activities using the 7P marketing mix strategy with the SWOT analysis approach. In the SWOT diagram, Opak Gambir Al Kautsar's position is in Quadrant 1, where under these conditions the company chooses to use the SO strategy, there are 4 SO strategies that can be carried out by Opak Gambir Al Kautsar, namely innovating products according to trends and market demand, providing good service in order to form a positive image and a new market share, provide affordable prices to increase consumer demand, and provide the best quality products so as not to lose competitiveness with modern markets. Through the 7P marketing mix strategy by paying attention to the company's external and internal environment through a SWOT analysis tool, it will help the company determine a strategy to increase sales turnover at Opak Gambir Al Kautsar.

Keywords: *Marketing mix, Sales Turnover, SWOT Analysis*