

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Home Industry Sambel Pecel Sari’s Rasa Meningkatkan Penjualan” ini ditulis oleh Nadia Dwi Patricia, NIM. 12402193127, dengan dosen pembimbing Citra Mulya Sari, S.E.Sy., M.E.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masalah persaingan usaha yang semakin ketat, pada awalnya pengusaha Sambel Pecel Sari’s Rasa belum dikenal oleh masyarakat sehingga omset yang dihasilkan tidak banyak. Dengan pesatnya pertumbuhan teknologi yang terjadi pada saat ini maka pemilik Sambel Pecel Sari’s Rasa melakukan pemasaran menggunakan media sosial seperti Ig. Lambat laun karena murah dan rasanya yg enak sambel pecel tersebut menjadi kudapan yg dekat dengan masyarakat. Oleh karena itu, peneliti mengangkat permasalahan tentang Strategi Pemasaran Home Industry Sambel Pecel Sari’s Rasa Dalam Meningkatkan Penjualan.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan Sari’s Rasa mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan Sari’s Rasa dalam meningkatkan penjualan, Mengetahui kendala dan solusi Sari’s Rasa dalam menerapkan strategi pemasaran guna meningkatkan penjualan.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan subjek penelitian adalah pemilik usaha Sambel Pecel Sari’s Rasa dan karyawannya. Untuk teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Tahap selanjutnya, menganalisis data dengan menggunakan kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa:(1) strategi pemasaran yang dilakukan pengusaha untuk meningkatkan penjualan, promosi dengan menggunakan media sosial Ig, (2) kendala dan solusi pada strategi pemasaran meliputi. (a) Kendala yang dialami: Produk: sulitnya mencari supplier bahan baku, harga: konsumen masih melakukan penawaran harga, distribusi kendaraan kurang efektif, promosi: belum maksimal. (b) solusi yang dialami : Produk: Menjalin kerja sama dengan Supplier bahan baku, Harga sesuai varian isi produk. promosi: dengan melakukan endors di Ig mempromosikan lewat social media dan jualan online seperti di shopee, lazada, tokopedia dan mengikuti event-event umkm seperti bazar. Segala strategi ini bertujuan untuk meningkatkan hasil produksi dan penjualan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Penjualan

ABSTRACT

The thesis entitled "Marketing Strategy for Home Industry Sambel Pecel Sari's Rasa Increases Sales" was written by Nadia Dwi Patricia, NIM. 12402193127, with Citra Mulya Sari as supervisor, S.E.Sy., M.E.

This research was motivated by the problem of increasingly fierce business competition, at first the Sambel Pecel Sari's Rasa entrepreneur was not well known by the community so that the turnover generated was not much. With the rapid growth of technology that is happening at this time, the owner of Sambel Pecel Sari's Rasa does marketing using social media such as Ig. Gradually, because it is cheap and tastes good, the pecel sauce has become a snack that is close to the community. Therefore, the researcher raises the issue of Sambel Pecel Sari's Rasa Home Industry Marketing Strategy in Increasing Sales.

The purpose of this study was to find out the marketing strategy applied by Sari's Rasa to know the marketing strategy implemented by Sari's Rasa in increasing sales, knowing the constraints and solutions of Sari's Rasa in implementing marketing strategies to increase sales.

In this study, a qualitative approach was used with the research subjects being the owner of the Sambel Pecel Sari's Rasa business and its employees. For data collection techniques carried out by way of interviews, observation, and documentation. The next stage, analyzing data using data condensation, data presentation, and drawing conclusions.

The results of the study show that: (1) the marketing strategy carried out by entrepreneurs to increase sales, promotions using Ig social media, (2) constraints and solutions to marketing strategies include. (a) Constraints experienced: Product: difficult to find suppliers of raw materials, prices: consumers are still bidding on prices, vehicle distribution is less effective, promotions: not maximized. (b) solutions experienced: Products: Establish cooperation with raw material suppliers, prices according to the variant of product content. promotion: by doing endorsements on IG promoting through social media and selling online such as at shopee, lazada, tokopedia and participating in umkm events such as bazaars. All of these strategies aim to increase production and sales results.

Keywords : Marketing Strategy, Sale