

## **ABSTRAK**

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Beras Melon Dalam Meningkatkan Minat Beli (Studi Kasus Unit Usaha Sido Mulyo Desa Tanjungsari Kecamatan Karangrejo)” ditulis oleh Arfina Ayuningtyas, dengan Nim. 12405193110, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Prodi Manajemen Bisnis Syariah, Pembimbing Lativa Hartiningtyas, M.Pd.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh beras merupakan kebutuhan pangan masyarakat, namun untuk memasarkan produk diperlukan peningkatan strategi pemasaran yang baik dengan tetap memperhatikan peluang kondisi pasar maka dari itu diperlukan peningkatan strategi pemasaran yang tepat. Peneliti menganalisis faktor internal maupun eksternal perusahaan melalui analisis SWOT. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji informasi terkait strategi pemasaran yang digunakan pabrik beras melon dan untuk mengetahui analisis SWOT dalam merumuskan strategi pemasaran yang tepat pada pabrik beras melon untuk mendapatkan minat beli konsumen.

Fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu : 1) Bagaimana strategi pemasaran produk beras melon untuk meningkatkan minat beli konsumen di unit usaha Sido Mulyo. 2) Bagaimana lingkungan internal dan lingkungan eksternal dalam pemasaran produk beras melon di unit usaha Sido Mulyo. Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui strategi pemasaran produk beras melon untuk meningkatkan minat beli konsumen di unit usaha Sido Mulyo. 2) Untuk mengetahui lingkungan internal dan lingkungan eksternal dalam pemasaran produk beras melon di unit usaha Sido Mulyo.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut: analisis SWOT yang telah dilakukan pabrik “Beras Melon” dengan menggunakan bahan baku berkualitas untuk menciptakan konsumen yang loyal. Produk memiliki harga yang terjangkau karena beras merupakan kebutuhan pokok dan memiliki pangsa pasar yang luas. Produk “Beras Melon” Berpartisipasi mengikuti bazar dan menjaga hubungan baik dengan semua konsumen. Dengan melakukan strategi tersebut memberi dampak positif terhadap peningkatan penjualan, maksudnya perusahaan tersebut telah berhasil meningkatkan minat beli konsumen.

**Kata Kunci : Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, Minat Beli**

## **ABSTRACT**

*The thesis with the title "Melon Rice Product Marketing Strategy In Increasing Consumer Buying Interest (Case Study Of Sido Mulyo Business Unit Tanjungsari Village Karangrejo District)" was written by Arfina Ayuningtyas, with Nim. 12405193110, Faculty of Islamic Economics and Business, Department Of Sharia Business Management, Supervisor Lativa Hartiningtyas, M.Pd.*

*This research is motivated by the fact that rice is a food requirement for the community, however, to market the product, it is necessary to improve good marketing strategies while still paying attention to opportunities in market conditions, therefore it is necessary to improve appropriate marketing strategies. Researchers analyze the company's internal and external factors through SWOT analysis. This research aims to examine information related to the marketing strategies used by melon rice factories and to determine SWOT analysis in formulating appropriate marketing strategies for melon rice factories to gain consumer buying interest.*

*The research focus in this study is: 1) What is the marketing strategy for melon rice products to increase consumer buying interest in the Sido Mulyo business unit. 2) What is the internal and external environment in marketing melon rice products in the Sido Mulyo business unit. The objectives of this research are 1) To determine the marketing strategy for melon rice products to increase consumer buying interest in the Sido Mulyo business unit. 2) To determine the internal and external environment in marketing melon rice products in the Sido Mulyo business unit.*

*This research method uses a qualitative research approach with a descriptive qualitative research type. The data sources in this research are primary data and secondary data. The data collection techniques used were observation, interviews and documentation.*

*The results of this research are as follows: a SWOT analysis has been carried out by the "Melon Rice" factory using quality raw materials to create loyal consumers. The product has an affordable price because rice is a basic need and has a wide market share. Product "Melon Rice" Participates in bazaars and maintains good relations with all consumers. By carrying out this strategy, it has had a positive impact on increasing sales, meaning that the company has succeeded in increasing consumer buying interest.*

**Keywords: SWOT Analysis, Marketing Strategy, Purchase Interest**