

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “**Strategi Bauran Pemasaran Melalui Pendekatan Analisis *Strengths, Weakness, Opportunities, Threats* (SWOT) untuk meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Jejak Alam Ecoprint Kabupaten Tulungagung**” ini ditulis oleh Eline Aninda Yuliani, NIM. 12402183028, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing: Refki Rusyadi, M.Pd.I.

Jejak Alam Ecoprint memberikan sebuah inovasi berupa karya ecoprint dengan memanfaatkan kekayaan alam menjadi penghasilan. Namun usaha ecoprint ini masih sedikit pelakunya dan belum banyak orang yang paham tentang apa itu ecoprint, serta produk-produk yang dihasilkan belum bisa terjual setiap harinya. Atas dasar hal tersebut penulis tertarik menggali lebih dalam mengenai strategi bauran pemasaran dan menawarkan untuk membantu melakukan analisis SWOT pada usaha Jejak Alam Ecoprint yang terletak di Desa Pulosari, Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung. Dengan dilakukannya analisis SWOT ini akan diketahui alternatif-alternatif strategi pemasaran yang lebih terarah dan terstruktur.

Adapun fokus penelitian dalam skripsi ini yaitu 1) Bagaimana strategi bauran pemasaran pada Jejak Alam Ecoprint? 2) Bagaimana hasil SWOT pada Jejak Alam Ecoprint? 3) Bagaimana rekomendasi strategi pada usaha Jejak Alam Ecoprint? Sedangkan tujuannya adalah untuk mengetahui usaha Jejak Alam Ecoprint dilihat dari komponen analisis *Strength Weakness Opportunities Threat* (SWOT). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini yakni data primer dan data sekunder. Dengan Data primer diperoleh dari hasil wawancara yang diolah dan dianalisis oleh peneliti langsung. Sedangkan data sekunder diperoleh dari data penelitian terdahulu, artikel, jurnal, sumber sumber terkait, dan diperoleh dari catatan usaha Jejak Alam Ecoprint. Teknik analisis data dilakukan dengan pengumpulan data, reduksi data yang diperoleh, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian dapat disimpulkan bahwa 1) Ada beberapa strategi 9P yang dilakukan usaha Jejak Alam Ecoprint. 2) Dari keempat faktor analisis SWOT, faktor kekuatan (*strength*) menjadi faktor yang paling dominan dengan skor total 2,60 sehingga usaha Jejak Alam Ecoprint memiliki kekuatan-kekuatan yang bagus untuk meningkatkan penjualan. 3) Rekomendasi strategi pemasaran berdasarkan analisis SWOT yaitu dengan cara memaksimalkan kekuatan dengan memanfaatkan peluang untuk memperoleh keuntungan yaitu : mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, terus melakukan inovasi produk, mengikuti pelatihan bisnis untuk meningkatkan kinerja perusahaan, mengencarkan promosi baik secara online maupun offline, sering membuat konten-konten yang menarik dan bersifat edukatif terhadap produk ecoprint.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Analisis SWOT, Volume Penjualan

ABSTRACT

Thesis with the title "Marketing Mix Strategy Through Strength, Weakness, Opportunities, Threat (SWOT) Analysis Approach to Increase Sales Volume at the Ecoprint Nature Trail Business in Tulungagung Regency" was written by Eline Aninda Yuliani, NIM. 12402183028, Department of Sharia Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Supervisor: Refki Rusyadi, M.Pd.I.

Jejak Alam Ecoprint provides an innovation in the form of ecoprint works by utilizing natural resources into income. However, this ecoprint business is still a few actors and not many people understand what ecoprint is, and the products produced cannot be sold every day. On this basis, the author is interested in digging deeper into the marketing mix strategy and offers to help carry out a SWOT analysis on the Ecoprint Nature Trail business located in Pulosari Village, Ngunut District, Tulungagung Regency. By doing this SWOT analysis, alternative marketing strategies that are more targeted and structured will be known.

The research focus in this thesis is 1) What is the marketing mix strategy at Ecoprint's Nature Trail? 2) What are the SWOT results on the Ecoprint Nature Trail? 3) What are the strategic recommendations for the Ecoprint Nature Trail? Meanwhile, the aim is to find out the Ecoprint Nature Trail business seen from the Strength Weakness Opportunities Threat (SWOT) analysis component. This research uses descriptive qualitative method. Data collection techniques in this study using observation, interviews, and documentation. The data used in this study are primary data and secondary data. With primary data obtained from the results of interviews that were processed and analyzed by researchers directly. While secondary data was obtained from previous research data, articles, journals, related sources, and obtained from the Ecoprint Nature Trail business records. The data analysis technique is done by collecting data, reducing the data obtained, presenting the data, and drawing conclusions.

The results of the study can be concluded that 1) Of the four SWOT analysis factors, the strength factor is the most dominant factor with a total score of 2.60 so that the Jejak Alam Ecoprint business has good strengths to increase sales. 2) Marketing strategy recommendations based on SWOT analysis, namely by maximizing strengths by taking advantage of opportunities to gain profits, namely: maintaining and improving product quality, continuing to innovate products, participating in business training to improve company performance, intensifying promotions both online and offline, often creating content -Interesting and educative content for ecoprint products.

Keywords: Marketing Mix, SWOT Analysis, Sales Volume