

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “**Analisis Strategi *Marketing Mix* untuk Meningkatkan Penjualan pada Usaha Kerupuk (Studi Kasus Pada Usaha Krupuk Rambak Barokah Mulya Desa Butun Gandusari Blitar)**” ini ditulis oleh Emawati Nurlizasari dengan NIM. 12405183259. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Pembimbing: Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M. Ag.

Banyaknya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang terdapat di Indonesia, menjadikan persaingan bisnis Indonesia juga menjadi ketat. Salah satu usaha yang banyak berkembang di Indonesia adalah usaha kerupuk. Kerupuk memiliki banyak jenis, maka persaingan pemasaran di industri kerupuk juga ketat. Banyak para pelaku usaha mengembangkan strategi-strategi yang lebih terbaru agar penjualan tetap berkembang pesat. Oleh sebab itu, hal tersebut mendorong usaha Krupuk Rambak Barokah Mulya untuk menerapkan strategi *marketing mix* yang dapat meningkatkan penjualan dan mempertahankan usaha kerupuknya agar tetap berkembang.

Fokus penelitian dalam skripsi ini yaitu (1) Bagaimana strategi *marketing mix* untuk meningkatkan penjualan pada usaha Krupuk Rambak Barokah Mulya Desa Butun Gandusari Blitar (2) Apa hambatan penggunaan strategi *marketing mix* untuk meningkatkan penjualan pada usaha Krupuk Rambak Barokah Mulya Desa Butun Gandusari Blitar (3) Bagaimana solusi dari hambatan penggunaan strategi *marketing mix* untuk meningkatkan penjualan pada usaha Krupuk Rambak Barokah Mulya Desa Butun Gandusari Blitar.

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi naturalistik, karena peneliti membaca fenomena yang langsung ada dilapangan. Data yang diperoleh yaitu dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan kondensasi data, penyajian data, verifikasi dan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini yaitu Usaha Krupuk Rambak Barokah Mulya (1) strategi *marketing mix* yang digunakan untuk meningkatkan penjualan terdiri dari strategi produk, lokasi strategis, saluran distribusi, segmentasi pasar dan penetapan harga, dan strategi promosi yang mana promosi dilakukan dengan cara *offline* atau tidak menggunakan media sosial yaitu dengan melalui mulut ke mulut, dilakukan oleh distributor, dan dipromosikan pada kegiatan masyarakat. (2) Hambatan strategi *marketing mix* terdiri dari tidak terdapat merek dan label usaha, kemasan produk, pengembalian produk, kompetitor usaha, dan penggunaan media sosial. (3) solusi dari hambatan strategi *marketing mix* terdiri dari pembuatan merek dan label usaha, penanggulangan pengembalian produk, dan kualitas produk.

**Kata kunci : Strategi, *Marketing mix*, Penjualan.**

## **ABSTRACT**

*The thesis with the title "Marketing Mix Strategy Analysis to Increase Sales in the Cracker Business (Case Study of the Krupuk Rambak Barokah Mulya Business in Butun Gandusari Blitar Village)" was written by Emawati Nurlizasari with NIM. 12405183259. Faculty of Islamic Economics and Business, Department of Sharia Business Management, Supervisor: Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M. Ag.*

*The large number of UMKM in Indonesia means that competition for Indonesian businesses is also tight. One of the businesses that is growing in Indonesia is the cracker business. There are many types of crackers, so marketing competition in the cracker industry is also tight. Many business actors are developing newer strategies so that sales continue to grow rapidly. Therefore, this encourages the Krupuk Rambak Barokah Mulya business to implement a marketing mix strategy that can increase sales and keep its cracker business growing.*

*The focus of research in this thesis is (1) What is the marketing mix strategy to increase sales in the Krupuk Rambak Barokah Mulya business, Butun Gandusari Blitar Village (2) What are the obstacles to using the marketing mix strategy to increase sales in the Krupuk Rambak Barokah Mulya Rambak business, Butun Gandusari Blitar Village (3) ) What is the solution to the obstacles to using a marketing mix strategy to increase sales in the Krupuk Rambak Barokah Mulya business, Butun Gandusari Blitar Village.*

*This research uses a naturalistic phenomenological approach, because researchers read phenomena that directly exist in the field. The data obtained is from primary data and secondary data. Data collection techniques use interviews, observation and documentation. The data analysis techniques used are data condensation, data presentation, verification and conclusions.*

*The results of this research are the Krupuk Barokah Mulya Rambak Business (1) the marketing mix strategy used to increase sales consists of product strategy, strategic location, distribution channels, market segmentation and pricing, and promotional strategies where promotions are carried out offline or not. using social media, namely through word of mouth, carried out by distributors, and promoted at community activities. (2) Obstacles to the marketing mix strategy consist of no business brands and labels, product packaging, product returns, business competitors, and use of social media. (3) solutions to marketing mix strategy obstacles consist of creating business brands and labels, overcoming product returns, and product quality.*

**Keywords: Strategy, Marketing mix, Sales.**