

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran dan Pengembangan Usaha Sayur Hidroponik dalam Meningkatkan Penjualan di Ijal Farm Desa Boyolangu Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung” ini ditulis oleh Sajidah Hafizah Basuki, NIM. 12405193174, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, pembimbing Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keinginan untuk mengidentifikasi strategi pemasaran dan pengembangan usaha yang diterapkan oleh Ijal Farm serta untuk mengevaluasi keefektifan dan keoptimalan strategi tersebut terhadap peningkatan penjualan.

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan Ijal Farm untuk meningkatkan penjualan. 2) Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha Ijal Farm untuk meningkatkan penjualan.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian studi kasus. Data yang penulis gunakan adalah data primer dan sekunder. Data Primer adalah data yang diambil secara langsung oleh peneliti dengan cara wawancara kepada pihak yang diteliti. Data sekunder merupakan jenis data yang diperoleh tidak langsung melalui media dan sumber yang telah dikumpulkan sebelumnya oleh badan atau lembaga pengumpul data. Data dalam penelitian ini didapatkan dari referensi buku, ebook, dan juga jurnal penelitian yang berkaitan pada fokus penelitian yakni strategi pemasaran, pengembangan usaha untuk meningkatkan penjualan pada Ijal Farm.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah 1) Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Ijal Farm menggunakan empat unsur bauran pemasaran yaitu produk, harga, tempat dan promosi. 2) Dalam pengembangan usaha, Ijal Farm melakukan tiga cara yaitu perluasan skala usaha, perluasan cakupan usaha, perbaikan kualitas produk.

Kata kunci : Pengembangan Usaha, Penjualan, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

The thesis entitled "Marketing Strategy and Hydroponic Vegetable Business Development in Increasing Sales at Ijal Farm Boyolangu Village, Boyolangu District, Tulungagung Regency" was written by Sajidah Hafizah Basuki, NIM. 12405193174, Department of Sharia Business Management, Faculty of Economics and Islamic Business, supervisor Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

This research was motivated by the desire to identify marketing and business development strategies implemented by Ijal Farm and to evaluate the effectiveness and optimization of these strategies to increase sales.

The purpose of this study is 1) To find out the marketing strategy applied by Ijal Farm to increase sales. 2) To find out Ijal Farm's business development strategy to increase sales.

The research method used is descriptive qualitative with a type of case study research. The data that the author uses are primary and secondary data. Primary Data is data taken directly by researchers by means of interviews with the parties studied. Secondary data is a type of data obtained indirectly through media and sources that have been previously collected by data collecting agencies or institutions. The data in this study was obtained from references to books, ebooks, and also research journals related to the focus of research, namely marketing strategies, business development to increase sales at Ijal Farm.

The results of the research reviewed are 1) Marketing strategy carried out by Ijal Farm using four elements of marketing mix, namely product, price, place and promotion. 2) In business development, Ijal Farm conducts three ways, namely expanding business scale, expanding business coverage, improving product quality.

Keywords : Business Development, Marketing Strategy, Sales