

ABSTRAK

Skripsi berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kerupuk Lapis Bu Minun Industri Rumahan Di Desa Karangrejo Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri,” yang ditulis Mohamad Haikal Nurjayadi, NIM. 126405201086, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Syamsul Umam, S.H.I., M.H.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh ketatnya persaingan bisnis dengan produk yang sama sehingga produk saja tidak cukup tetapi harus didukung oleh aspek pemasaran yang lain misalnya kualitas produknya yang harus tetap terjaga, lokasi yang strategis dengan fasilitas yang memadai, harga yang sesuai serta promosi untuk menarik pelanggan. Fokus penelitian yaitu, 1) Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan produk kerupuk lapis?. 2) Apa saja yang menjadi faktor pendukung dan penghambat pada pemasaran kerupuk lapis industri rumahan di Desa Karangrejo Kecamatan Ngasem?

Jenis penelitian yang dipakai oleh peneliti adalah kualitatif karena ditunjukkan untuk memahami fenomena yang terjadi secara naturalistik. Sedangkan pendekatan yang digunakan yaitu deskriptif untuk menggambarkan data yang diperoleh melalui wawancara, dokumentasi, dan observasi. Dan tehnik pengumpulan datanya menggunakan penyajian data, penarikan kesimpulan dan kondensasi data.

Hasil penelitian ini yaitu 1) Strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan di industri rumahan kerupuk lapis: a. strategi produk, strategi produk tanpa adanya produk lain maka bisa lebih fokus untuk memperbaiki kualitas produk dari segi rasa serta menambah volume produksi; b. strategi harga, menawarkan harga yang terjangkau tetapi selalu menjaga kualitas produknya, memberikan potongan harga; c. strategi tempat, lokasi cukup strategis karena penerapan strategi tempat industri kerupuk Bu minun ini dengan memanfaatkan halaman yang luas sehingga mempermudah pelanggan untuk melihat langsung produksi kerupuk lapis, peluang usaha dan keramaian di sekitar; d. strategi promosi, promosi yang dilakukan memanfaatkan media sosial online maupun offline yang efektif dan sangat berpengaruh. 2) Faktor pendukung dari kerupuk lapis adalah harganya pas di kantong yaitu dengan harga Rp.7.500 kita sudah bisa menikmati kerupuk lapis, kerabat yang ikut mendukung, memiliki supplier tetap, tempat produksi yang luas, memiliki alat produksi dan persebaran penjualan yang luas sehingga mudah dicari. Sedangkan faktor penghambat dari kerupuk lapis adalah banyaknya persaingan atau kompetitor kerupuk lapis, cuaca Ketika hujan, terhambatnya perputaran modal dan kurangnya tenaga kerja karna kurangnya alat produksi.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Volume Penjualan

ABSTRACT

Thesis entitled "marketing strategy in increasing the sales Volume of crackers Lapis Bu Minun cottage industry in the village of Karangrejo Ngasem District of Kediri Regency, " written by Mohamad Haikal Nurjayadi, NIM. 126405201086, Department of Sharia Business Management, Faculty of Economics and Islamic Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, supervisor Syamsul Umam, S.H.I., M.H.

This research is motivated by the intense business competition with the same product so that the product alone is not enough but must be supported by other marketing aspects such as the quality of its products that must be maintained, a strategic location with adequate facilities, appropriate prices and promotions to attract customers. The focus of the study is, 1) How is the marketing strategy in increasing the sales volume of layer crackers?. 2) What are the supporting and inhibiting factors in the marketing of cottage industry layer crackers in Karangrejo Village, Ngasem District?

The type of research used by researchers is qualitative because it is shown to understand phenomena that occur naturalistically. While the approach used is descriptive to describe the data obtained through interviews, documentation, and observation. And data collection techniques using the presentation of data, conclusions and data condensation.

The results of this study are 1) Marketing Strategies in increasing sales volume in the cottage industry layer crackers: a. product strategy, product strategy in the absence of other products can be more focused on improving product quality in terms of taste and increase production volume; b. pricing strategy, offering affordable prices but always maintaining the quality of its products, providing discounts; c. place strategy, the location is quite strategic because of the implementation of the strategy of the Bu minun crackers industry by utilizing a wide page making it easier for customers to see directly the production of layer crackers, business opportunities and crowds around; d. promotion strategies, promotions made using online and offline social media are effective and very influential. 2) the supporting factor of layer crackers is the price fits in the bag at a price of Rp.7,500 we can already enjoy layer crackers, relatives who support, have permanent suppliers, extensive production sites, have production tools and a wide distribution of sales so that it is easy to find. While the inhibiting factor of layer crackers is the amount of competition or competitors layer crackers, the weather when it rains, the inhibition of capital turnover and lack of labor due to lack of means of production.

Keywords: Marketing Strategy, Sales Volume