

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Pasar Dalam Meningkatkan Citra Merek Pada Pelanggan di Home Industri Brambang dan Bawang Goreng Murni Blitar” disusun oleh Eka Roisatul Fitriyah, NIM. 126405202140, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Syamsul Umam, S.H.I., M.H. penelitian ini dilatarbelakangi karena ketatnya persaingan yang terjadi pada industri yang sedang berkembang terlebih pada industri makanan atau kuliner. Dalam hal ini yang perlu disiapkan adalah bagaimana mempertahankan citra merek yang dimiliki supaya tidak tergeser dengan merek sejenis tanpa mengurangi kualitas dan rasa yang telah ada sejak awal dibuka. Maka dari itu, Home Industri Brambang dan Bawang Goreng Murni Blitar dipilih karena citra merek yang ada masih belum tergeser meskipun memiliki harga di atas pasar produk sejenis.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu : 1) Bagaimana strategi pengembangan pasar yang dilakukan oleh Home Industri Brambang dan Bawang Goreng Murni Blitar? 2) Bagaimana bentuk implementasi dari Home Industri Brambang dan Bawang Goreng Murni Blitar dalam pengembangan pasar untuk meningkatkan citra merk pada pelanggan? 3) Bagaimana kendala yang dihadapi oleh Home Industri Brambang dan Bawang Goreng Murni Blitar dalam mengembangkan pasar produk untuk meningkatkan citra merk pada pelanggan? Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi, Teknik analisis data yaitu kondensasi data, tampilan data, penarikan kesimpulan, dan verifikasi.

Hasil penelitian ini yaitu : 1) strategi pengembangan pasar yang dilakukan oleh home industri yaitu berfokus pada *segmenting, targeting, positioning* dan bauran pemasaran 4P untuk mengetahui potensi apa yang ada di dalam kegiatan operasionalnya. 2) Implementasi dari pengembangan pasar untuk meningkatkan citra merek yaitu dapat digambarkan seperti Menjaga kualitas produk, menyesuaikan harga produk di pasar, perluasan wilayah penawaran, dan promosi dua arah. Hal ini adalah representasi dari strategi bauran pemasaran 4P. 3) Kendala yang dihadapi Home Industri Brambang dan Bawang Goreng Murni Blitar dalam meningkatkan citra merek yaitu terdapat faktor internal yang meliputi kualitas bahan baku yang kurang baik dan keterbatasan karyawan. Selain itu, faktor eksternal meliputi persaingan ketat pada produk sejenis dan ketidakstabilan harga produk di pasaran.

Kata Kunci: Bauran Pasar, Segmentasi Pasar, Sasaran Pasar, Posisi Pasar, Pengembangan Pasar

ABSTRACT

The thesis entitled "Market Development Strategy in Improving Brand Image to Customers at Home Industry Brambang and Pure Fried Onions Blitar" prepared by Eka Roisatul Fitriyah, NIM. 126405202140, Faculty of Economics and Islamic Business, Sharia Business Management Study Program, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Supervisor Syamsul Umam, S.H.I., M.H. This research is motivated by the intense competition that occurs in the developing industry, especially in the food or culinary industry. In this case, what needs to be prepared is how to maintain the brand image that is owned so that it is not displaced by similar brands without reducing the quality and taste that has existed since it was first opened. Therefore, the Brambang and Bawang Goreng Murni Blitar Home Industry was chosen because the existing brand image has not been shifted even though it has a price above the market for similar products.

The formulation of the problems in this study are: 1) How is the market development strategy carried out by Brambang and Bawang Goreng Murni Blitar Home Industry? 2) How is the implementation form of the Brambang and Bawang Goreng Murni Blitar Home Industry in market development to improve brand image to customers? 3) What are the obstacles faced by Brambang and Bawang Goreng Murni Blitar Home Industry in developing product markets to improve brand image to customers?

This research method uses a qualitative approach with a descriptive qualitative research type. The data sources in this research are primary data and secondary data. Data collection techniques with observation, interviews, and documentation, Data analysis techniques are data condensation, data display, conclusion drawing, and verification.

The results of this study are: 1) The market development strategy carried out by the home industry focuses on segmenting, targeting, positioning and the 4P marketing mix to find out what potential exists in its operational activities. 2) The implementation of market development to improve brand image can be described as maintaining product quality, adjusting product prices in the market, expanding the supply area, and two-way promotion. This is a representation of the 4P marketing mix strategy. 3) The obstacles faced by Brambang and Bawang Goreng Murni Blitar Home Industry in improving brand image are internal factors, which include poor quality raw materials and limited employees. In addition, external factors include intense competition in similar products and instability of product prices in the market.

Keywords: Market Mix, Market Development