

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Home Industri Bakpia Hikmah Dalam Menghadapi Persaingan dan Meningkatkan Penjualan Pada Bakpia Hikmah Desa Gembleb Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek” Ditulis oleh Sherlyza Yunika Sri Agustin, NIM 126405201077, dengan dosen pembimbing Syamsul Umam, S.H.I., M.H.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masalah persaingan usaha yang semakin ketat, pada awalnya pengusaha Bakpia Hikmah belum dikenal oleh masyarakat sehingga omset yang dihasilkan tidak banyak. Namun dengan pesatnya pertumbuhan teknologi maka pemilik Bakpia Hikmah melakukan pemasaran dengan media sosial dan mengikuti bazar. Lambat laun karena murah dan rasanya yang enak bakpia tersebut menjadi makanan yang dekat dengan masyarakat. Adapun fokus penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan Bakpia Hikmah dalam menghadapi persaingan antar sesama pengusaha, bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan Bakpia Hikmah dalam meningkatkan penjualan produknya dan kendala maupun solusi Bakpia Hikmah dalam menerapkan strategi pemasaran guna menghadapi persaingan dan meningkatkan penjualan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendiskripsikan strategi pemasaran home industri Bakpia Hikmah dalam menghadapi persaingan dan meningkatkan penjualan di desa Gemleb.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Objek penelitian berada di Home Industri Bakpia Hikmah Desa Gemleb. Subjek penelitian ini adalah pemilik usaha, karyawan, dan konsumen dari Bakpia Hikmah. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam teknik menganalisis data terdiri dari kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) strategi pemasaran yang dilakukan pengusaha dalam menghadapi persaingan adalah: strategi produk: menjaga kualitas dan mempertahankan ciri khas produk, harga: produk dijual sesuai kualitas barang, distribusi: dengan cara pemesanan dan menyediakan layanan pesan antar. 2) Strategi pemasaran yang dilakukan pengusaha untuk meningkatkan penjualan adalah; promosi dengan menggunakan media sosial facebook, survey langsung lapangan dengan bertanya langsung kepada konsumen. 3) Kendala dan solusi pada strategi pemasaran meliputi: a) Kendala yang dialami: Produk: mengalami kegagalan produksi yaitu produk yang hangus dan belum matang saat proses oven, harga: konsumen masih melakukan penawaran harga, distribusi: kendaraan yang kurang, promosi: belum maksimal. b) Solusi yang dialami: Produk: memberikan training dan pemantauan kepada karyawan, Harga: Memberikan promo, distribusi: dengan menambah kendaraan dan mencari orang untuk mengantar bakpia ketika pesanan banyak, promosi: dengan memasang banner dan memanfaatkan media elektronik serta mengikuti bazar. Segala strategi ini bertujuan untuk meningkatkan hasil produksi dan penjualan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Persaingan, Penjualan

ABSTRACT

Thesis entitled “Bakpia Hikmah Home Industry Marketing Strategy in Facing Competition and Increasing Sales at Bakpia Hikmah, Gemleb Village, Pogalan District, Trenggalek Regency”. Written by Sherlyza Yunika Sri Agustin, NIM: 126405201077, with supervisor Syamsul Umam, S.H.I., M.H.

This research was motivated by the problem of increasingly tight business competition, initially the Bakpia Hikmah entrepreneur was not yet known to the public so the turnover generated was not much. However, with the rapid growth of technology, the owner of Bakpia Hikmah carried out marketing using social media and participated in bazaars. Gradually, because it is cheap and tastes good, bakpia has become a food that is close to the people. The focus of this research is the marketing strategy implemented by Bakpia Hikmah in facing competition between fellow entrepreneurs, the marketing strategy implemented by Bakpia Hikmah in increasing sales of its products and the obstacles and solutions for Bakpia Hikmah in implementing marketing strategies to face competition and increase sales. The aim of this research is to find out and describe the marketing strategy of the Bakpia Hikmah home industry in facing competition and increasing sales in Gemleb Village.

This research uses a qualitative approach. The research object is at the Bakpia Hikmah Home Industry, Gemleb Village. The subjects of this research are business owners, employees and consumers from Bakpia Hikmah. The data collection techniques used by researchers used interviews, observation and documentation. Data analysis techniques consist of data condensation, data presentation, and drawing conclusions.

The research result show that 1) the marketing strategy carried out by entrepreneurs in facing competition is: Product strategy: maintaining quality and maintaining product characteristics, price: products are sold according to the quality of the goods, distribution: by ordering and providing delivery services. 2) The marketing strategy carried out by entrepreneurs to increase sales is: promotion using social media Facebook, direct field surveys by asking consumers directly. 3) constraints and solutions in the marketing strategy include: a) Constraints experienced: Products: experienced production failure, namely product that was burnt and not yet cooked during the oven process, price: consumers were still making price offers, distribution: vehicles were lacking, promotions: not optimal. b) Solution experienced: Product: providing training and monitoring to employees, Price: providing promotions, distribution: by adding vehicles and looking for people to deliver bakpia when orders are large, promotion: by putting up banners and using electronic media and participating in bazaars. All of these strategies aim to increase production and sales results.

Keywords: Marketing Strategy, Competition, Sales