

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran dan Pengembangan dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pakan Ternak pada *Home Industry* Sador Feed Tulungagung” ini ditulis oleh Mewa Lavikanoti, NIM. 126405202170, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, pembimbing Syamsul Umam, S.H.I., M.H.

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi oleh perkembangan usaha *Home Industry* Sador Feed yang cukup baik. Tetapi pada tahun 2022 lalu terdampaknya usaha karena adanya virus Penyakit Mulut dan Kaki (PMK) pada hewan ternak, yang mempengaruhi volume penjualan produk *home industry* Sador Feed. Serta adanya persaingan usaha sejenis, menjadikan usaha ini harus menerapkan strategi pemasaran dan pengembangan yang baik untuk meningkatkan penjualannya.

Fokus penelitian ini adalah 1) Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan *Home Industry* Sador Feed Tulungagung untuk meningkatkan penjualan?, 2) Bagaimana strategi pengembangan produk yang diterapkan pada *Home Industry* Sador Feed Tulungagung dalam meningkatkan penjualan?, 3) Apa saja kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi pemasaran pada *Home Industry* Sador Feed Tulungagung?, 4) Apa solusi yang dilakukan dalam menghadapi kendala pelaksanaan strategi pemasaran?

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif, menggunakan jenis penelitian lapangan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa: 1) Strategi pemasaran yang diterapkan oleh *Home Industry* Sador Feed untuk meningkatkan volume penjualan yaitu strategi bauran pemasaran meliputi, strategi produk, harga, lokasi, promosi. Strategi produk dilakukan dengan menjaga kualitas produk serta memilih bahan baku yang baik. Strategi harga yang diterapkan berdasarkan biaya produksi, harga pesaing. Strategi lokasi yaitu lokasi usaha strategis dan distribusi langsung. Strategi promosi melalui mulut ke mulut dan media sosial. 2) Strategi pengembangan produk yang dilakukan *Home Industry* Sador Feed dengan melalui delapan tahapan diantaranya pencarian ide, penyaringan ide, pengujian dan pengembangan konsep, strategi pemasaran, analisis bisnis, pengembangan produk, pengujian pasar dan komersialisasi. Strategi pengembangan produk yang dilakukan yaitu dengan mengembangkan produk yang sudah ada dan menambah produk baru. 3) Kendala yang dihadapi dalam penerapan strategi pemasaran yaitu kendala internal maupun kendala eksternal.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Strategi Pengembangan, Volume Penjualan.

ABSTRACT

Thesis with the title “Marketing and Development Strategies in Increasing the Sales Volume of Animal Feed at Sador Feed Home Industry” was written by Mewa Lavikanoti, NIM. 126405202170, Sharia Business Management Department, supervisor Syamsul Umam, S.H.I., M.H.

The research in this thesis is motivated by the development of the Sador Feed Home Industry business, which is quite good. But in 2022, the business was affected by the Foot and Mouth Disease (FMD) virus in livestock, which affected the sales volume of Sador Feed home industry products. As well as similar business competition, this business must implement good marketing and development strategies to increase sales.

The focus of this research is 1) How is the marketing strategy applied by Sador Feed Home Industry Tulungagung to increase sales?, 2) How is the product development strategy applied to Sador Feed Home Industry in increasing sales?, 3) What are the obstacles faced in implementing marketing strategies at Sador Feed Home Industry?, 3) What solutions are being made in the face of obstacles to marketing strategy implementation?

This research uses a qualitative approach method, using the type of field research. The data sources used in this research are primary and secondary data. Data collection techniques are carried out by interview, observation and documentation.

The results of this study can be concluded that: 1) The marketing strategy applied by Sador Feed Home Industry to increase sales volume is a marketing mix strategy including product, price, place, promotion strategies. The product strategy is carried out by maintaining product quality and selecting good raw materials. The price strategy applied is based on production costs, competitor prices. The place strategy is strategic business location and direct distribution. Promotion strategy through word of mouth and social media. 2) The product development strategy carried out by Sador Feed Home Industry goes through eight stages including idea search, idea screening, concept testing and development, marketing strategy, business analysis, product development, market testing and commercialization. The product development strategy carried out is by developing existing products and adding new products. 3) The obstacles faced in implementing marketing strategies are internal and external obstacles.

Keywords: Marketing Strategy, Development Strategy, Sales Volume.