

ABSTRAK

Penelitian ini “Strategi Pemasaran 7P Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Olahan Ikan (Studi Kasus Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Sumber Anugerah di Kecamatan Boyolangu) yang ditulis oleh Moh. Taufiqur Rahman, NIM: 126402201053 Program Studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN SATU Tulungagung, dibimbing oleh Dr. Refki Rusyadi, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh berkembangnya teknologi pada saat ini sehingga dengan mudah untuk memasarkan produk jualan sehingga bisa bersaing dalam hal untuk meningkatkan penjualan antar sesama pedagang. Fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu: 1. Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan oleh UMKM Sumber Anugerah Boyolangu ? 2. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran UMKM Sumber Anugerah Boyolangu dalam meningkatkan penjualan?

Metode dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang didasarkan pada kondisi alamiah, bukan situasi kondisi terkendali, laboratoris ataupun eksperiman, dengan terjun ke lapangan secara langsung bersama objek penelitian. Desa Karangrejo Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis interaktif dari model Miles, Huberman. Aktifitas dalam analisis data yaitu: *Data Condensation*, *Data Display*, dan *Conclusion Drawing / Verificatinons*.

Strategi Pemasaran Produk UMKM Sumber Anugerah Boyolangu adalah menggunakan strategi pemasaran dengan metode yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), tempat (*place*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*phisysical evidence*) atau biasa disebut metode 7P. Hasil dari strategi pemasaran UMKM Sumber Anugerah Boyolangu yaitu mampu mengetahui dan menganalisa faktor pendukung dan faktor penghambat dalam menjalankan strategi pemasarannya dan semakin tertatanya tujuan dari proses produksi hingga ke pemasarannya.

Kata kunci: Strategi, Pemasaran, Penjualan

ABSTRACT

This research is entitled "7P Marketing Strategy to Increase Sales of Processed Fish Products (Case Study of Sumber Anugerah Micro, Small and Medium Enterprises in Boyolangu District) written by Moh. Taufiqur Rahman, NIM: 126402201053 Sharia Economics Study Program, Department of Economics. Faculty of Islamic Economics and Business, UIN SATU Tulungagung, supervised by Dr. Refki Rusyadi, M.Pd.I.

This research is motivated by the current development of technology so that it is easy to market products for sale so that they can compete in terms of increasing sales among fellow traders. The research focus in this study is: 1. What are the marketing strategies used by Sumber Anugerah Boyolangu MSMEs? 2. What are the supporting and inhibiting factors for Sumber Anugerah Boyolangu MSME's marketing strategy in increasing sales?

The method in this research uses descriptive qualitative research, namely research based on natural conditions, not controlled, laboratory or experimental situations, by going directly into the field with the research object. Karangrejo Village, Boyolangu District, Tulungagung Regency. Data collection techniques use observation, interviews and documentation. The data analysis technique uses interactive analysis from the Miles, Huberman model. Activities in data analysis are: Data Condensation, Data Display, and Conclusion Drawing / Verification.

Sumber Anugerah Boyolangu MSME Product Marketing Strategy is to use a marketing strategy with methods namely product, price, promotion, place, people, process and physical evidence.) or commonly called the 7P method. The results of the Sumber Anugerah Boyolangu MSME marketing strategy are being able to identify and analyze the supporting and inhibiting factors in carrying out its marketing strategy and the goals from the production process to marketing are increasingly organized

Keywords: *Marketing, Sstrategy, Sales*