

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi *Marketing Mix* 7P untuk Peningkatan Omzet Penjualan Usaha Kecil Menengah (UKM) Kerajinan Kreasi Tas Anyaman Dodik Alfi Blitar” ini ditulis oleh Nur Lailatul Jannah, NIM 126405213211, dibawah bimbingan Siswahyudianto, M.M.

Kata Kunci : Strategi *Marketing Mix*, Omzet Penjualan, Kerajinan Tas Anyaman

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena penurunan penjualan dan penurunan produktivitas akibat Pandemi *Covid-19*, khususnya bagi UKM kerajinan kreasi tas anyaman Dodik Alfi Blitar. UKM ini mengalami penurunan penjualan cukup signifikan pada tahun 2021. Sehingga dibutuhkan strategi khusus untuk mengembalikan tingkat penjualan. Berdasarkan teori *marketing mix*, strategi yang bisa dilakukan adalah dengan strategi 7P, yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*, *process*, *people*, dan *physical evidence*. Riset ini menganalisis strategi yang dilakukan UKM Dodik Alfi Blitar untuk melihat strategi pemasarannya.

Tujuan penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih keilmuan tentang strategi *marketing mix* 7P melalui indikator *product*, *price*, *place*, *promotion*, *process*, *people*, dan *physical evidence* untuk peningkatan omzet penjualan UKM Kerajinan Kreasi Tas Anyaman Dodik Alfi Blitar. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan sumber data diperoleh dari wawancara, observasi lapangan, dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan langsung di lokasi UKM Kerajinan Kreasi Tas Anyaman Dodik Alfi Blitar untuk memperoleh gambaran konkret mengenai implementasi strategi *marketing mix* 7P untuk peningkatan omzet penjualan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, didapatkan hasil bahwa UKM Dodik Alfi Blitar berhasil meningkatkan omzet penjualannya dengan menggunakan strategi *marketing mix* berupa inovasi produk dan variasi produk, penyesuaian harga dengan memberikan promo dan diskon menarik, desain tempat yang nyaman, bersih dan mudah diakses, serta promosi menggunakan media sosial, penggunaan iklan berbayar, kerjasama dengan *influencer* dan ikut aktif dalam kegiatan pameran untuk menarik minat konsumen, merekrut karyawan yang ahli melalui kegiatan pemberdayaan, dan memberikan pelayanan yang terbaik. Berdasarkan studi yang dilakukan, strategi yang diterapkan UKM Kerajinan Kreasi Tas Anyaman Dodik Alfi Blitar berhasil meningkatkan omzet penjualan sehingga strategi tersebut bisa diterapkan di usaha lain untuk meningkatkan omzet penjualan.

ABSTRACT

The thesis entitled “7P Marketing Mix Strategy to Increase Sales Turnover of Small and Medium Enterprises (SMEs) of Dodik Alfi Blitar Woven Bag Crafts” was written by Nur Lailatul Jannah, NIM 126405213211, under the guidance of Siswahyudianto, M.M.

Keywords: Marketing Mix Strategy, Sales Turnover, Woven Bag Craft

This research is motivated by the phenomenon of declining sales and declining productivity due to the Covid-19 Pandemic, especially for the woven bag craft SME Dodik Alfi Blitar. This SME experienced a significant decline in sales in 2021. So a special strategy is needed to restore the sales level. Based on the marketing mix theory, the strategy that can be done is the 7P strategy, namely product, price, place, promotion, process, people, and physical evidence. This research tries to analyze the strategies carried out by the Dodik Alfi Blitar SME to see its marketing strategy.

The purpose of this study is expected to provide scientific contributions on the 7P marketing mix strategy through product, price, place, promotion, process, people, and physical evidence indicators to increase sales turnover of SMEs of Woven Bag Creations Dodik Alfi Blitar. This study uses a qualitative descriptive method with data sources obtained from interviews, field observations, and documentation. This study was conducted directly at the location of SMEs of Woven Bag Creations Dodik Alfi Blitar to obtain a concrete picture of the implementation of the 7P marketing mix strategy to increase sales turnover.

Based on the research conducted, it was found that UKM Dodik Alfi Blitar succeeded in increasing its sales turnover by using a marketing mix strategy in the form of product innovation and product variations, price adjustments by providing attractive promos and discounts, comfortable, clean and easily accessible place designs, and promotions using social media, using paid advertising, collaborating with influencers and actively participating in exhibition activities to attract consumer interest, recruiting expert employees through empowerment activities, and providing the best service. Based on the study conducted, the strategy implemented by UKM Kreasi Tas Anyaman Dodik Alfi Blitar succeeded in increasing sales turnover so that the strategy can be applied in other businesses to increase sales turnover.