

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “*Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Industri Kerajinan Genteng “Sugito Nglayur” di Trenggalek*” yang ditulis oleh Ahmad Rizki Arianto, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, NIM 12405183026, Pembimbing Ahmad Budiman, M.S.I

Penelitian ini dilatar belakangi Pesatnya pertumbuhan usaha industri yang dimana menuntut pelaku usaha untuk berpikir kreatif dan inovatif dalam mengembangkan usahanya. Salah satu industri lokal yang mampu bertahan di tengah persaingan dan tantangan zaman adalah Industri Genteng “Sugito Nglayur” yang berlokasi di Desa Sukorejo, Kecamatan Gandusari, Kabupaten Trenggalek. Berdiri sejak tahun 1997, industri ini memproduksi berbagai jenis genteng berbahan dasar tanah liat, seperti genteng mantili, kodok, press, gelombang, dan Baseke Super, yang menjadi produk unggulan. Fluktuasi pendapatan dalam lima tahun terakhir dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pandemi Covid-19 yang menyebabkan penurunan drastis. Namun, dengan penerapan strategi pemasaran yang adaptif dan pemanfaatan teknologi, industri ini berhasil kembali bangkit dan memperluas pasarnya hingga ke luar Pulau Jawa.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran untuk meningkatkan pendapatan pada industri kerajinan genteng “sugito nglayur” di Trenggalek.

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Dengan pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknis analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik kondensasi data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) strategi yang telah diterapkan oleh Pemilik Usaha Genteng Sugito Nglayur yaitu dengan menerapkan strategi pemasaran , product (produk), price (harga), promotion (promosi). 2) Kendala penerapan digital marketing yang dialami oleh pemilik Industri Genteng Sugito Nglayur adalah bagaimana cara pengoperasiannya. Kendala tersebut disebabkan oleh faktor usia yang sulit untuk belajar media online. 3) Demi meningkatkan pendapatan dari hasil penjualan gentengnya, pemilik belajar mengoperasikan media online agar bisa melakukan digital marketing untuk industrinya sendiri melalui berbagai sumber termasuk melalui pengepul.

Dari pemaparan di atas menunjukkan bahwa adaptasi terhadap teknologi dan penerapan digital marketing menjadi faktor kunci dalam peningkatan pendapatan dan keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, penguatan strategi pemasaran berbasis digital menjadi rekomendasi penting untuk mempertahankan daya saing industri di masa mendatang.

Kata Kunci: *strategi pemasaran, industri genteng, digital marketing*

ABSTRACT

Thesis entitled "Marketing Strategy to Increase Revenue in the "Sugito Nglayur" Roof Tile Craft Industry in Trenggalek" written by Ahmad Rizki Arianto, Department of Sharia Business Management, NIM 12405183026, Supervisor Ahmad Budiman, M.S.I

This research is motivated by the rapid growth of industrial businesses which require business actors to think creatively and innovatively in developing their businesses. One of the local industries that is able to survive amidst competition and challenges of the times is the "Sugito Nglayur" Roof Tile Industry located in Sukorejo Village, Gandusari District, Trenggalek Regency. Established since 1997, this industry produces various types of roof tiles made from clay, such as mantili, frog, press, wave, and Baseke Super tiles, which are superior products. Income fluctuations in the last five years have been influenced by various factors, including the Covid-19 pandemic which has caused a drastic decline. However, with the implementation of adaptive marketing strategies and the use of technology, this industry has managed to recover and expand its market outside Java.

This study aims to analyze marketing strategies to increase revenue in the "sugito nglayur" roof tile craft industry in Trenggalek

The approach in this study uses qualitative descriptive research. With data collection using interviews, observations, and documentation. The technical analysis of data in this study is using data condensation techniques.

The results of the study show that 1) the strategies that have been implemented by the Sugito Nglayur Roof Tile Business Owner are by implementing marketing strategies, product, price, promotion. 2) The obstacle to implementing digital marketing experienced by the owner of the Sugito Nglayur Roof Tile Industry is how to operate it. This obstacle is caused by the age factor which makes it difficult to learn online media. 3) In order to increase income from the sale of his roof tiles, the owner learned to operate online media so that he could do digital marketing for his own industry through various sources including through collectors. From the explanation above, it shows that adaptation to technology and the implementation of digital marketing are key factors in increasing income and business sustainability. Therefore, strengthening digital-based marketing strategies is an important recommendation to maintain the competitiveness of the industry in the future.

Keywords: *marketing strategy, roof tile industry, digital marketing*