

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Bauran pemasaran dalam Meningkatkan Omzet Penjualan (Studi Kasus pada UMKM Rajawali Snack di Dusun Manding Desa Betak Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung)” ini ditulis oleh Nila Permatasari, NIM 126405211048, dengan pembimbing/ promotor Rizal Furqan Ramadhan, S.Kom.,M.T.

Kata Kunci: Omzet Penjualan, Strategi Bauran Pemasaran

Penelitian ini dilatar belakangi oleh sistem pemasaran pada UMKM Rajawali Snack yang stagnan karena kurangnya inovasi, hal ini menyebabkan tidak adanya peningkatan pada omzet penjualan. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh UMKM Rajawali Snack serta mengetahui solusi untuk mengatasi kendala dalam meningkatkan omzet penjualan pada UMKM Rajawali Snack. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus yang bertujuan untuk menggambarkan keadaan di lapangan. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara, dengan sampel pemilik, beberapa karyawan, dan beberapa konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh UMKM Rajawali Snack ditemukan kendala yang menyebabkan stagnan pada peningkatan omzet, pada strategi produk terdapat kendala hanya terdapat satu jenis ukuran kemasan pada produk. Strategi harga ditemukan kendala belum pernah memberikan diskon pada penjualannya. Strategi tempat ditemukan kendala belum memiliki *e-commerce* untuk tempat menjual produknya. Strategi promosi ditemukan kendala berupa promosi yang masih tradisional, dan strategi orang memiliki kendala belum memiliki struktur organisasi pada UMKM. Solusi yang bisa digunakan untuk mengatasi kendala dalam meningkatkan omzet penjualan pada UMKM Rajawali Snack pada strategi produk membuat ukuran kemasan yang berbeda, strategi harga dengan memberikan diskon pada pembelian produk tertentu atau jumlah tertentu, strategi tempat dengan memulai membuat *e-commerce*, strategi promosi dengan pembuatan akun media sosial (Instagram, Facebook, Tik Tok), dan strategi orang dapat membuat struktur organisasi yang sederhana terlebih dahulu.

ABSTRACT

The thesis with the title "Marketing Mix Strategy in Increasing Sales Turnover (Case Study on Rajawali Snack UMKM in Manding Hamlet Betak Village Kalidawir District Tulungagung Regency)" was written by Nila Permatasari, NIM 126405211048, with supervisor/promoter Rizal Furqan Ramadhan, S.Kom., M.T.

Keywords: Sales Turnover, Marketing Mix Strategy

This research is motivated by the marketing system at UMKM Rajawali Snack, which is stagnant due to lack of innovation, this causes no increase in sales turnover. The purpose of this study was to determine the marketing mix strategy implemented by UMKM Rajawali Snack and to find out solutions to overcome obstacles in increasing sales turnover at UMKM Rajawali Snack. This research method uses a qualitative descriptive approach with a case study research type that aims to describe the situation in the field. Data collection techniques use observation and interviews, with samples of owners, several employees, and several consumers.

The results of the study showed that the strategy carried out by Rajawali Snack UMKM found obstacles that caused stagnation in increasing turnover, in the product strategy there was an obstacle that there was only one type of packaging size for the product. The price strategy found an obstacle that had never given a discount on its sales. The location strategy found an obstacle that did not yet have e-commerce as a place to sell its products. The promotion strategy found an obstacle in the form of promotions that were still traditional, and the people strategy had an obstacle that did not yet have an organizational structure in UMKM. Solutions that can be used to overcome obstacles in increasing sales turnover at Rajawali Snack UMKM in the product strategy are making different packaging sizes, price strategies by giving discounts on purchases of certain products or certain amounts, place strategies by starting to create e-commerce, promotion strategies by creating social media accounts (Instagram, Facebook, Tik Tok), and people strategies can create a simple organizational structure first.