

ABSTRAK

Robiatul Mahmudah, 2021, *Strategi Pemasaran Produk Teri Crispy Pada UD. Sumber Hasil Dalam Upaya Peningkatan Volume Penjualan di Desa Padelegan Kec. Pademawu Kab. Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura Pamekasan, Pembimbing: Dr. Sri Handayani, MM

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Volume Penjualan

Bisnis sudah banyak dilakukan dimana-mana. Seorang pedagang dalam menjalankan bisnis nya harus memiliki rencana. Rencana inilah yang dinamakan strategi pemasaran. Sehubungan dengan hal itu, peneliti memilih UD Sumber Hasil menjadi objek dalam penelitian. Peneliti melakukan penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh UD Sumber Hasil dalam upaya meningkatkan penjualan produk Teri Crispy dan cemilan lainnya. Karena dimana-mana tidak ada bisnis yang berjalan mulus terus. Pasti ada saja kendala yang di hadapi

Berdasarkan hal tersebut ada dua pokok tujuan yang ingin di capai dalam dalam penelitian ini yang pertama yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran yang akan diterapkan oleh UD. Sumber Hasil untuk peningkatan volume penjualan pada perusahaan UD. Sumber Hasil Teri Crispy Desa padelegen kec. Pademawu kab. Pamekasan dan yang kedua untuk mengetahui kendala yang di hadapi dan solusi terhadap permasalahan terkait strategi pemasaran pada perusahaan UD. Sumber Hasil Desa padeleggen kec. Pademawu kab. Pamekasan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data diperoleh melalui wawancara semi terstruktur, observasi dan dokumentasi, Informannya adalah karyawan dan nasabah bank smpaah hamdalah. Sedangkan pengecekan keabsahan data dilakukan melalui ketekunan pengamat, dan triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa yang pertama Strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan UD. Sumber Hasil sesuai dengan bauran pemasaran yang mana dari produk UD. Sumber Hasil ini memperbanyak varian rasa seperti rasa original, pedas, super pedas dan rasa balodo. Dari harga harga yang masih bersaing dengan kompetitor dengan keunggulan kualitas yang dijamin bagus. Serta dari tempat meskipun tidak banyak orang yang mengetahui UD. Sumber Hasil memanfaatkan media untuk memberikan informasi dan melakukan penjualan. Seda UD. Sumber Hasil ini melakukan promosi dengan memberikan potongan harga dan diskon bagi konsumen yang melakukan pembelian banyak. dan yang kedua kendala yang di hadapi oleh perusahaan UD. Sumber Hasil, kurangnya bahan mentah akan tetapi dari kendala yang di hadapi ini sudah ditemukan solusi yaitu dengan memperbanyak mitra dengan nelayan sehingga pasokan bahan mentah akan semakin baik, UD. Sumber Hasil menetapkan harga sesuai dengan yang ada dipasaran akan tetapi memberikan kualitas yang baik dan banyak pilihan macam varian produk sebagai sebuah bentuk dari solusi tempat sebagai produksi dan penjual dari Teri Crispy UD. Sumber Hasil mencari solusi untuk bagaimana bisa memberikan informasi terhadap masyarakat memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk mempromosikan dan menjual sedangkan dari promosi tidak ada kendala yang di hadapi.