

ABSTRAK

Choirun Nisa', 2023, *Analisis Strategi Marketing 4p (Product, Price, Place, Dan Promotion) dalam Meningkatkan Penjualan Terasi Di Desa Ambunten Timur Kecamatan Ambunten Kabupaten Sumenep*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing: Dr. H. Nashar. M.M., M.Si.

Kata kunci: Strategi, Marketing Mix 4p, Peningkatan Penjualan

Perekonomian di era sekarang tentunya tidak lepas dari pentingnya sebuah strategi. Banyak strategi yang bisa digunakan untuk meningkatkan penjualan dan menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh produsen. Salah satu strategi yang banyak ditawarkan oleh produsen. Salah satu strategi yang banyak digunakan oleh perusahaan yaitu *marketing mix strategy* (Strategi Bauran Pemasaran). Bauran pemasaran umumnya memfokuskan diri pada produk, penetapan harga, kebijakan distribusi, dan cara promosi. Bauran pemasaran merupakan suatu strategi penjualan atau promosi yang bersifat unik serta dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling menguntungkan untuk pasar yang dituju. Adapun bauran pemasaran yaitu dibagi menjadi empat variabel, yang meliputi: produk, harga, promosi, dan tempat atau saluran distribusi. Penelitian ini bertujuan untuk, *pertama*, untuk mengetahui strategi *marketing 4p (Product, Price, Place, Dan Promotion)* Dalam Meningkatkan Penjualan Terasi Di Desa Ambunten Timur Kecamatan Ambunten Kabupaten Sumenep. *Kedua*, untuk mengetahui Faktor-faktor apa saja yang menghambat penerapan *marketing 4p* terhadap penjualan UD Literasi Desa Ambunten Kabupaten Sumenep.

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Artinya dalam pendekatan kualitatif hanya pada *quality*. Sedangkan jenis penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bersifat memaparkan atau menggambarkan secara lengkap tentang objek yang diteliti. Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan Observasi, Dokumentasi dan wawancara.

Hasil penelitian menunjukkan, *pertama marketing mix* dalam meningkatkan penjualan pada UD. Literasi dilihat dari produk berkualitas, UD. Literasi dalam menentukan harga sudah kompetitif dalam artian harga sudah sesuai kualitas produk. Strategi penyaluran distribusi yang dilakukan oleh UD. Literasi yaitu menggunakan saluran distribusi langsung dan tidak langsung. UD Literasi menerapkan *marketing 4p* dilihat dari promosi yaitu dari mulut ke mulut. *Kedua* Faktor-faktor penghambat penerapan *marketing mix* terhadap penjualan UD. Literasi yaitu bahan baku udang rebon yang sulit didapatkan saat tidak sedang musim. Solusinya dengan membeli bahan baku dari pengepul luar kota. Faktor penghambat yang kedua yaitu cuaca, UD literasi dalam memproduksi masih melihat cuaca yang pas, yaitu musim panas untuk bisa melanjutkan produksinya.