

ABSTRAK

Naimum Muqim, NIM. 1520310195. “Strategi Pemasaran Peci Goni Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Sentra Pengrajin Goni Dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus)”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui produksi peci goni di Sentra Pengrajin Goni Dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus. Untuk mengetahui strategi pemasaran peci goni dalam upaya meningkatkan penjualan di Sentra Pengrajin Goni Dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus. Untuk mengetahui kendala dan solusi pemasaran peci goni dalam upaya meningkatkan penjualan di Sentra Pengrajin Goni Dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan sasaran penelitiannya hanya salah satu kelompok masyarakat yang menjadi sasaran penelitiannya. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, *interview* dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah pengumpulan data, kodifikasi data, penyajian data dan verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produksi peci goni di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus menggunakan bahan baku karung goni (serabut kelapa), kain furing/laken, busa dan benang. Bahan baku tersebut diperoleh dari pengepul karung goni daerah Desa Klumpit Gebog Kudus. Strategi pemasaran peci goni dalam upaya meningkatkan penjualan di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus dengan memberdayakan aspek 4P yaitu *product*, *price*, *promotion*, *place*. Kendala pemasaran peci goni dalam upaya meningkatkan penjualan di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus yaitu biaya promosi berupa hadiah/pemberian peci kepada tokoh terkenal/saat event UMKM terkadang keluar banyak. Solusi pemasaran peci goni dalam upaya meningkatkan penjualan di Sentra Pengrajin Goni dan Pandan Nusantara Desa Piji Dawe Kudus yaitu menghitung biaya promosi sebagai bagian biaya produksi sehingga beban yang dikeluarkan produsen tidak terlalu besar mengingat *feedback* biaya promosi tersebut berdampak besar kepada merek peci goni.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran, Penjualan.*