

ABSTRAK

Nama : Arifatul Musyahadah NIM : 1820310062 “Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan pemasaran pada produksi krupuk tayamum di Desa Ngaluran Kecamatan Karangayar Kabupaten Demak”

Dalam menjalankan bisnis tentunya sebuah perusahaan atau UMKM memerlukan adanya strategi pemasaran dalam mengenalkan produk untuk meningkatkan penjualannya. Penelitian ini bertujuan guna mengetahui : 1) strategi pemasaran yang diterapkan dalam meningkatkan penjualan pada usaha kerupuk tayamum di Desa Ngaluran Kecamatan Karangayar Kabupaten Demak. 2) kendala yang dihadapi pada pengolahan kerupuk tayamum di Desa Ngaluran Kecamatan Karangayar Kabupaten Demak.

Penelitian ini termasuk penelitian *field research* (penelitian lapangan) yang menggunakan pendekatan kualitatif. Data penelitian ini diperoleh dari observasi, wawancara, dengan pemilik, karyawan dan pembeli pada usaha kerupuk tayamum milik Bapak Udi, Bapak Mukhlis, dan Bapak Heru, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) strategi pemasaran yang diterapkan pada usaha krupuk tayamum Bapak Udi, Bapak Mukhlis, dan Bapak Heru adalah dengan menerapkan *marketing mix* 4P yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Adapun penerapan produk adalah dengan menciptakan merek, menciptakan kemasan yang aman, menciptakan kualitas bahan baku yang aman serta memiliki beberapa varian ukuran dan bentuk. Kemudian penerapan harga memberikan potongan harga dengan pembelian 1 ton ke atas. Kemudian penerapan strategi melalui tempat/distribusi dengan melalui distribusi langsung, distribusi pengecer, dan ditribusi melalui agen. Kemudian dengan penerapan promosi melakukan strategi mulut kemulut (*word of mouth*), media sosial (*facebook* dan *wahtsApp*), penyebaran *browsure*. 2) kendala dan solusi yang dihadapi pada usaha kerupuk tayamum di Desa Ngaluran dalam meningkatkan pejualan adalah kurangnya pengetahuan luas pelaku usaha terhadap pemanfaatan *internet marketing* serta keadaan cuaca yang tidak menentu dan sulit untuk diprediksi, dengan solusi yang diberikan perlu adanya pemikiran yang positif dalam setiap permasalahan, menjalankan strategi yang sudah pernah dijalankan sebelumnya serta tetap fokus terhadap tujuan awal untuk mencapai pasar secara luas.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran 4P (Produk, Tempat, Harga dan Promosi)