

ABSTRAK

Alwi, Bashari.2022. *Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Word Of Mouth Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Binggo Screen Printing Pajarakan Probolinggo.* Skripsi, Prodi Ekonomi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Nurul Jadid. Pembimbing (I) Deddy Juanedi, M.AB, Pembimbing (II) Riski Febri Eka Pradani, M.Pd

Kata Kunci: *Word Of Mouth*, UMKM, Binggo Screen printing

Binggo Screen Printing merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang konveksi di Pajarakan Probolinggo. Berdiri sejak tahun 2018 hingga saat ini Binggo Screen Printing telah memiliki banyak konsumen dengan menggunakan strategi pemasaran tradisional, yakni strategi komunikasi pemasaran *word of mouth* atau dikenal dengan pemasaran dari mulut ke mulut dalam mempromosikan produk dan usahanya.

Dari permasalahan tersebut diatas, menjadi daya tarik tersendiri bagi peneliti untuk mengkaji permasalahan tersebut lebih mendalam dalam bentuk karya ilmiah (Skripsi) dengan objek penelitian strategi komunikasi pemasaran *word of mouth* yang telah diterapkan oleh Binggo Screen Printing pada usahanya. Tujuan penelitian ini yakni untuk mengetahui bagaimana prosedur penerapan strategi komunikasi pemasaran *word of mouth* pada usaha Binggo Screen Printing Pajarakan Probolinggo dan dampak dari penerapan komunikasi pemasaran *word of mouth* terhadap pendapatan usaha Binggo Screen printing Pajarakan Probolinggo. Untuk menjawab permasalahan tersebut digunakan jenis penelitian *field research* dan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi dan triangulasi.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi komunikasi pemasaran *word of mouth* pada usaha mikro kecil menengah Binggo Screen Printing Pajarakan Probolinggo cukup baik, dengan menerapkan dua jenis strategi *word of mouth* yakni *organic word of mouth* dan *amplified word of mouth*. Hasil dari penerapan strategi komunikasi *word of mouth* tersebut memiliki dampak yang baik juga terhadap pendapatan dari Binggo Screen Printing yang disebabkan oleh semakin banyaknya konsumen baru setelah diterapkannya *word of mouth* sebagai strategi komunikasi pemasaran.