

ABSTRAK

Zahro Fatimatus, 2024 Strategi Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan

Produk Pada UMKM di Kabupaten Probolinggo. Skripsi Program Studi Ekonomi Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo, Pembimbing Bapak Fahrudin, M.M

Kata Kunci : Strategi, Penjualan Produk

strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan dan sasaran jangka panjang organisasi, diterapkannya aksi dan alokasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dengan adanya strategi penjualan produk UMKM akan meningkat.

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui strategi penjualan produk yang dilakukan UMKM Probolinggo dalam meningkatkan penjualan produk. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : bagaimana strategi yang digunakan dalam upaya meningkatkan penjualan produk pada UMKM Probolinggo.

Jenis dan pendekatan penelitian ini adalah menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian ini berfokus pada UMKM di Kabupaten Probolinggo dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode wawancara, observasi dan dokumentasi yaitu mengumpulkan beragam sumber tertulis meliputi buku, dokumen dan lain sebagainya. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi kondensasi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Penelitian ini memperoleh kesimpulan bahwa pentingnya strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan, adapun lima konsep strategi pemasaran sebagai penentu tercapainya penjualan produk yaitu : konsep produksi, konsep produk, konsep penjualan, konsep pemasaran, konsep pemasaran kemasyarakatan. Dengan menggunakan lima konsep pemasaran, penjualan produk UMKM di Kabupaten Probolinggo akan mencapai tujuan. Pada tahap produksi membuat produk sebanyak mungkin dan menjual dengan harga rendah, pada tahap produk UMKM di Kabupaten Probolinggo sudah merencanakan dengan matang produk apa yang akan diproduksi dan apa yang dibutuhkan konsumen, konsep penjualan dilakukan dilakukan secara online dan offline, dalam pemasaran dilakukan pada via whatsapp, facebook dan olshop serta melakukan pemasaran kemasyarakatan dengan cara pendekatan pada konsumen. Hal ini dapat meningkatkan penjualan produk pada UMKM Kabupaten Probolinggo.