

## ABSTRAK

**DIANA MILA** : 2020 *Strategi Pemasaran Izzi Bakery Dalam Meningkatkan Ekonomi Pesantren ( Studi Kasus di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah Patokan Kraksaan Probolinggo)*. Program Studi Ekonomi Syariah. Universitas Nurul Jadid) paiton, Pembimbing (I) Faridy,M.H. (II) Moh. Idil Qhufron,M.E.I

**KATA KUNCI** : Pemasaran Izzi Bakery Dalam meningkatkan Ekonomi pesantren.

Penulisan Skripsi ini tentang “Strategi Pemasaran Izzi Bakery Dalam meningkatkan Ekonomi Pesantren”. Istilah strategi berasal dari kata kerja dalam bahasa Yunani. Sebagai kata benda, *Strategos* merupakan gabungan kata “stratos” (militer) dengan “ago” (memimpin). Sebagai kata kerja, *Strategos* berarti merencanakan (to plan). Strategi merupakan seni memadukan atau menginteraksikan antara faktor kunci keberhasilan agar terjadi sinergi dalam mencapai tujuan. strategi adalah untuk mengoptimalkan sumber daya unggulan dalam memaksimalkan pencapaian sasaran kinerja. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran Izzi Bakery dalam meningkatkan ekonomi pesantren Al-Mashduqiah dan juga untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan pelaksanaan strategi produk Izzi Bakery.

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk strategi pemasaran Izzi Bakery dalam meningkatkan ekonomi pesantren Al-Mashduqiah dan juga untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan pelaksanaan strategi produk Izzi.

Penelitian ini deskriptif kualitatif dengan pendekatan kasus ( *case study* ) yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam terhadap suatu organisasi, lembaga atau gejala tertentu. Menurut furchan, dalam penelitian studi kasus yang ditekankan yaitu pengetahuan tentang mengapa subjek tersebut melakukan demikian dan bagaimana perilaku berubah ketika subjek tersebut memberikan tanggapan terhadap lingkungan dengan menemukan variabel penting dalam sejarah perkembangan subjek tersebut.

Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa Strategi Pemasaran Pabrik Roti (Izzi Bakery) Dalam Meningkatkan Ekonomi Pesantren ada beberapa macam : Strategi promosi merupakan langkah yang harus dilakukan dalam aktivitas manajemen pemasaran dalam strategi promosi ini merupakan langkah pemasaran di bidang pemasaran berupa komunikasi, Melakukan kerjasama dengan beberapa toko mengenai ketersediaan tempat tersebut dan juga menawarkan kerjasama toko masyarakat sekitar, Melakukan penjualan dan pemasaran langsung diluar pondok yaitu cara menyebarkan produk melalui alumni Pondok Pesantren Al-Mashduqiah, Menetapkan harga yang ditawarkan dibandingkan dengan produk-produk yang lainnya

