

ABSTRAK

Muzamil, Ahmad. 2023. Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Tempe Arbes Di Desa Besuk Agung Kecamatan Besuk, Skripsi, Prodi Ekonomi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo. Pembimbing (I) Deddy Junaedi, M.AB, (II) Rizki Febri Eka Pradani, M.Pd.

Kata Kunci: strategi pemasaran, bauran pemasaran, tempe

Skripsi ini membahas tentang strategi pemasaran pada saha mikro tempe Arbes. Strategi pemasaran harus disusun secara efektif guna mampu menciptakan strategi pemasaran yang tepat sebagai prioritas utama pada usaha yang dijalankan. Pokok permasalahan skripsi ini memuat rumusan masalah bagaimana penerapan strategi pemasaran usaha tempe arbes, bagaimana bentuk-bentuk strategi pemasaran usaha tempe arbes. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pemasaran usaha tempe arbes, untuk mengetahui bagaimana bentuk-bentuk strategi pemasaran usaha tempe arbes. Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah dengan metode wawancara, dokumentasi dan observasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh usaha mikro tempe arbes adalah segmentasi pasar, target pasar, *positioning* serta bauran pemasaran (*marketing mix*) 4p diantaranya meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Terdapat kendala yang dihadapi oleh usaha mikro tempe arbes dalam penerapan strategi pemasarannya saat ini, baik dalam segi produk ketika produk tempe tidak terjual habis, dan juga ketika harga naik. Namun strategi pemasaran yang diterapkan saat ini sudah cukup efektif.