

ABSTRAK

Habibi 2024, ANALISIS BAURAN PEMASARAN RENGGINANG CAP JEMPOL (Studi Kasus *Home industri* UD Praktis Desa Prenduan Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep) Skripsi : Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja Madura. 2024. Pembimbing : Liyanto, S.E., M.M.

Berdasarkan keadaan perusahaan *home industri* UD Praktis saat ini, yaitu melihat dari banyaknya pesaing yang memproduksi produk rengginang dengan kualitas yang sama maka perusahaan harus benar-benar bisa dalam menghadapi para pesaing yaitu dengan cara melakukan bauran pemasaran bagi perusahaan, dan yang perlu diperbaiki yaitu dari segi promosi yang hanya melakukan promosi secara penjualan pribadi maka dari hal tersebut fokus dari penelitian ini berfokus pada analisis bauran pemasaran rengginang Cap Jempol yang diproduksi oleh perusahaan UD Praktis.

Pada penelitian ini metode yang peneliti gunakan menggunakan metode deskriptif kualitatif bertujuan untuk mendapatkan hasil yang akurat sesuai dengan apa yang peneliti inginkan, teknik pengambilan data menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi, teknik pengambilan informan menggunakan teknik dengan cara memilih informan yang sesuai dengan kriteria dalam penelitian ini, informan dalam penelitian ini terdiri dari 4 informan, 1 informan kunci dan 3 informan pendukung.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran yang digunakan perusahaan UD Praktis menggunakan bauran pemasaran 4p, *produk*, *price*, *place* dan *promotion*. Produk yang diproduksi tentunya sangat berkualitas harga yang terjangkau sesuai dengan kualitas dan manfaat produk, tempat perusahaan yang sangat strategis dan promosi penjualan dengan melakukan penjualan pribadi atau melalui para distributor.

Kata kunci : Bauran pemasaran

ABSTRACT

Habibi 2023, ANALYSIS OF THE MARKETING MIX OF RENGGINANG THUMBPRINT (Case Study of Home industri UD Praktis, Prenduan Village, Pragaan District, Sumenep Regency). Thesis: Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Wiraraja University of Madura. 2024. Supervisor: Liyanto, S.E., M.M.

Based on the current state of UD Praktis home industry companies, namely seeing from the number of competitors who produce rengginang products with the same quality, the company must really be able to face competitors, namely by doing a marketing mix for the company, and what needs to be improved is in terms of promotion that only promotes through personal sales, then the focus of this study focuses on analyzing the rengginang marketing mix Thumbprint produced by the UD Praktis company.

In this study, the method used by the researcher using a qualitative descriptive method aims to get accurate results in accordance with what the researcher wants, the data collection technique uses observation, interview and documentation techniques, the informant collection technique uses techniques by selecting informants in accordance with the criteria in this study, the informants in this study consist of 4 informants, 1 key informant and 3 supporting informants.

The results of this study show that the marketing mix used by UD Praktis company uses a 4p marketing mix, product, price, place and promotion. The products produced are of course very high quality at affordable prices in accordance with the quality and benefits of the product, a very strategic place for the company and sales promotion by conducting personal sales or through distributors.

Keywords : *Marketing mix*