

ABSTRAK

ARFAH HALIMAH HSB. NIM. 1101171001 : Strategi Pemasaran Produk industri Rumah Tangga Kue Basah Oleh Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Di Kelurahan Paya Pasir Kecamatan Medan Marelan. JURUSAN PENDIDIKAN LUAR SEKOLAH FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN UNIVERSITAS NEGERI MEDAN, 2017.

Permasalahan dalam penelitian ini yaitu. 1) kelompok usaha kue basah mengalami kesulitan dalam memasarkan produk kue basah 2) produk kue basah kelompok Usaha Peningkatan Keluarga Kelurahan Paya Pasir belum dikenal banyak orang 3) terbatasnya pengetahuan dan keterampilan anggota kelompok tentang pemanfaatan perkembangan teknologi serta banyaknya pesaing sebab penjual kue basah banyak terdapat di berbagai pasar dan pinggir jalan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hasil strategi pemasaran usaha kue basah yang dilakukan Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga (UP2K) Kelurahan Paya Pasir.

Teori yang digunakan adalah Strategi Pemasaran menurut Philip Kotler (2004:81) dan Arifadiati (2015:51), teori Usaha kecil Menengah (UKM) menurut KepMenKeu Nomor 316/KMK.016/1994 dan Robiyanto Febra (2004), teori Industri Rumah Tangga dan teori Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga (UP2K).

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif, informan dalam penelitian ini sebanyak 4 (empat) orang anggota Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga bidang Kue basah di Kelurahan Paya Pasir Kecamatan Medan Marelan. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi.

Dengan demikian hasil penelitian di lapangan dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran kue basah yang dilakukan Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga (UP2K) bidang kue basah di Kelurahan Paya Pasir Kecamatan Medan Marelan sudah baik, hal ini dapat dilihat dari hasil penerapan strategi pemasaran kelompok yang mengutamakan kualitas dan pelayanan produk, harga yang bisa dijangkau dan membuat pelanggan dan pembeli sama-sama cocok karena harga ditetapkan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak, lokasi pemasaran yang strategis serta persediaan kuenya yang memadai. Akan tetapi masih perlu menerapkan dan meningkatkan strategi promosi yang lebih kreatif agar usaha lebih dikenal oleh masyarakat lainnya guna meningkatkan penjualan. Namun meskipun demikian, dengan strategi pemasaran yang sudah diterapkan tersebut hasilnya sudah mampu memberikan dampak terhadap peningkatan pendapatan keluarga.