

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh **Fara Della** dengan NIM **3722055** Program Studi S1 Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi dengan judul “**Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Beras pada Huller Khairunnisa di Jorong Tabing Ranah Nagari Simalanggang Kecamatan Payakumbuh.**”

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fluktuasi penjualan beras, tingginya persaingan antar *huller*, serta belum terbentuknya loyalitas konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk menyusun strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan beras pada Huller Khairunnisa di Jorong Tabing Ranah Nagari Simalanggang Kecamatan Payakumbuh.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Sumber data data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan data dari informan yang terdiri dari pemilik *Huller Khairunnisa*, empat orang karyawan, dan tiga orang konsumen. Data dianalisis menggunakan analisis SWOT yang didukung oleh identifikasi SWOT, IFE dan EFE, matriks SWOT, dan tabel skor bobot untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat.

Hasil penelitian yang dilakukan pada *Huller Khairunnisa* di Jorong Tabing Ranah Nagari Simalanggang Kecamatan Payakumbuh, dapat mengemukakan bahwa strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan beras yaitu: memanfaatkan kualitas beras giling yang baik untuk menjangkau pasar lebih luas, menyalurkan beras langsung dan membangun jaringan kerja sama untuk efisiensi dan memperluas pasar, mengoptimalkan harga dan potongan untuk meningkatkan penjualan melalui *platform* digital, memanfaatkan penggunaan teknologi pengering beras jika terjadi musim hujan, menggabungkan kualitas produk dan promosi digital untuk meningkatkan *brand awareness* dan menarik pelanggan baru, memanfaatkan kerja sama yang solid dengan pemasok padi lokal untuk mengembangkan jenis yang sesuai dengan selera konsumen, komitmen terhadap kebersihan dan kualitas untuk memenuhi kegiatan sosial, menyesuaikan produksi dengan permintaan pasar untuk menangkap peluang permintaan beras dalam jumlah besar dari rumah makan dan usaha kuliner, mengoptimalkan hubungan baik dengan pelanggan serta pelayanan yang ramah untuk memperluas pemasaran beras ke segmen usaha kuliner dan sosial, dan memanfaatkan ketersediaan padi dari petani sekitar dan akses transportasi yang baik untuk memperlancar distribusi beras ke pasar sekitar.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Penjualan Beras, Huller Khairunnisa