

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Marketing Mix Melalui Sistem Waralaba Dan Media Sosial Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Cv Denov Putra Brilian Tulungagung Perspektif Ekonomi Islam” ini ditulis oleh Mokhammad Hibni Al Farisi, NIM 17402153003 pembimbing Dr. Hj. Nur Aini Latifah, S.E.,M.M.

Bisnis waralaba merupakan kegiatan usaha pada penjualan barang secara retail kepada masyarakat luas. Beberapa tahun terakhir, bisnis ini begitu populer, sehingga cepat sekali berkembang dan meliputi berbagai jenis bidang usaha. Sehingga dari penelitian tersebut peneliti mengambil kemenarikan yaitu di era saat ini banyak munculnya persaingan bisnis yang bermacam-macam khususnya Dalam bisnis waralaba dan juga permasalahan yang dihadapi dalam meningkatkan omset penjualan bisnis sehingga perlunya pembuatan strategi secara sistematis, khususnya dalam bisnis waralaba dengan menggunakan media sosial. Untuk menjaga kualitas produksi yang handal, promosi yang bagus sangat diperlukan manajemen kerja yang profesional untuk mendatangkan kesejahteraan bagi berbagai pihak. Tentunya saja yang sesuai dengan Syari’ah dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) untuk mendiskripsikan strategi marketing mix melalui sistem waralaba dan media sosial dalam meningkatkan omset penjualan pada cv denov putra brilian tulungagung Perspektif Ekonomi Islam. (2) Untuk mendiskripsikan dampak strategi marketing mix melalui sistem waralaba dan media sosial dalam meningkatkan omset penjualan pada cv denov putra brilian tulungagung Perspektif Ekonomi Islam. (3) Untuk mendiskripsikan kendala dan solusi strategi marketing mix melalui sistem waralaba dan media sosial dalam meningkatkan omset penjualan pada cv denov putra brilian tulungagung perspektif ekonomi islam.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dan jenis penelitian lapangan. Penelitian lapangan ini bermaksud menggambarkan. Memaparkan keadaan objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta disebuah lingkungan. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder.

Adapun hasil penelitian ini, yaitu: Strategi marketing mix waralaba dan media sosial yang di gunakan dalam perusahaan nyoklat klasik menggunakan strategi strategi bauran pemasaran terdapat 4 prinsip yakni (product, price, promotion, place). Berdasarkan pengamatan di lapangan menunjukkan bahwa promosi perusahaan lebih di prioritaskan karena dapat memuaskan konsumen dan kebutuhannya terpenuhi sesuai yang di inginkan. untuk kendala di hadapi oleh perusahaan cenderung kepada persaingan, beberapa tahun terakhir ini banyak sekali bermunculan prodak prodak brand baru yang hampir sama dengan prodak nyoklat klasik bahkan mengatas namakan brand perusahaan seperti dari iklan lain yang dimiliki, sehingga hal tersebut akan mempengaruhi konsumen yang ingin menjalani bisnisnya serta memilih prodaknya.

**Kata kunci: Strategi Waralaba, Media Sosial, Omset Penjualan, Perspektif Ekonomi Islam**

## ABSTRACT

Thesis with the title "Marketing Mix Strategy Through Franchising and Social Media Systems in Increasing Sales Turnover on Cv Denov Putra Brilian Tulungagung Islamic Economic Perspective " This was written by Mokhamad Hibni Al Farisi, Student Identity Number 17402153003 Dr. Hj. Nur Aini Latifah, S.E.,M.M.

The franchise business is a business activity in the sale of goods in retail to the general public. In recent years, this business has become so popular that it has rapidly developed and covers various types of business fields. So from that research the researchers took the interest that is in the current era a lot of emergence of various business competition especially in the franchise business and also the problems faced in increasing business sales turnover so that the need for systematic strategy making, especially in the franchise business using social media. To maintain the quality of reliable production, good promotion is necessary for professional work management to bring prosperity to various parties. Of course it is in accordance with Syari'ah and does not conflict with Islamic teachings.

This study aims to (1) to describe the marketing mix strategy through a franchise system and social media in increasing sales turnover in the CV Denov Putra Brilian Tulungagung Islamic Economic Perspective. (2) To describe the impact of the marketing mix strategy through a franchise system and social media in increasing sales turnover in the CV Denov Putra Brilian Tulungagung Islamic Economic Perspective. (3) To describe the constraints and solutions to the marketing mix strategy through a franchise system and social media in increasing sales turnover in the CV denov, the brilliant son of Tulungagung is an Islamic economic perspective.

This study uses qualitative research and types of field research. This field research has illustrated. Describing the state of the object of research at this time is based on facts in an environment. The data sources used are primary and secondary data.

The results of this study, namely: The franchise marketing mix strategy and social media used in classical companies using the marketing mix strategy there are 4 principles, namely (product, price, promotion, place). Based on observations in the field, it shows that company promotion is prioritized because it can satisfy consumers and their needs are met as desired. for constraints faced by companies tend to competition, in recent years there have been a lot of popping up prodak brand new products that are almost the same as the classic packaging products even in the name of company brands such as from other advertisements owned, so that it will affect consumers who want to live their business and choose the product.

**Keywords: Franchise Strategy, Social Media, Sales Turnover, Islamic Economic Perspective**