

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Omzet Penjualan pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung” ditulis oleh Ratna Juwita, NIM 12402173013, Pembimbing Dr. Hj. Nur Aini Latifah SE., MM.

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan banyaknya persaingan bisnis *fashion* yang ada di Indonesia, hal ini mendorong El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung menerapkan strategi bauran pemasaran dengan tujuan untuk meningkatkan omzet penjualan. Strategi bauran pemasaran yang digunakan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung yaitu strategi bauran pemasaran 7P yang meliputi *product, price, place, promotion, people, physical evidence, process* dalam meningkatkan omzet penjualan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini difokuskan pada 4 permasalahan yaitu: (1) Strategi bauran pemasaran 7P yang diterapkan oleh El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dalam meningkatkan omzet penjualan. (2) Dampak yang ditimbulkan dari penerapan strategi bauran pemasaran pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dalam meningkatkan omzet penjualan. (3) Kendala yang di hadapi El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dalam menerapkan strategi bauran pemasaran 7P serta upaya untuk mengatasinya. (4) Strategi bauran pemasaran 7P yang diterapkan oleh El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dalam meningkatkan omzet penjualan dalam perspektif ekonomi syariah.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, jenis penelitian deskriptif, lokasi penelitian di El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung, sumber data penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis interaktif yaitu reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan. Adapun pengecekan keabsahan data menggunakan teknik perpanjangan keabsahan temuan, triangulasi, dan pemeriksaan temuan sejawat.

Adapun hasil dari penelitian skripsi terhadap strategi bauran pemasaran 7P yaitu El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung merupakan bisnis *fashion* yang memiliki produk kain shibori dan ecoprint dengan menggunakan pewarna alam serta memanfaatkan limbah alam sebagai motif kain. Dengan penerapan strategi bauran pemasaran El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung lebih dikenal masyarakat. Sehingga omzet penjualan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung meningkat dibuktikan dengan data penjualan pada tahun 2018 sampai dengan 2020.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Bisnis *Fashion*, Omzet Penjualan

ABSTRACT

The thesis with the title “Marketing Mix Strategy to Increase sales turnover at El Hijaaz Boutique Tulungagung regency” was written by Ratna Juwita, NIM 12402173013, Advisor Dr. Hj. Nur Aini Latifah SE., MM.

This research is motivated by the large number of fashion business competition in Indonesia, this encourages El Hijaaz Boutique Tulungagung Regency to implement a marketing mix strategy with the aim of increasing sales turnover. The marketing mix strategy used by El Hijaaz Boutique in Tulungagung Regency is the 7P marketing mix strategy which includes product, price, place, promotion, people, physical evidence, process in increasing sales turnover.

Based on the description above, this research focuses on 4 problems, namely: (1) 7P marketing mix strategy applied by El Hijaaz Boutique Tulungagung Regency in increasing sales turnover. (2) The impact of the implementation of the marketing mix strategy at El Hijaaz Boutique Tulungagung Regency in increasing sales turnover. (3) Obstacles faced by El Hijaaz Boutique Tulungagung Regency in implementing the 7P marketing mix strategy and efforts to overcome them. (4) The 7P marketing mix strategy implemented by El Hijaaz Boutique Tulungagung Regency in increasing sales turnover in the perspective of sharia economics.

In this study using a qualitative approach, the type of descriptive research, the research location is in El Hijaaz Boutique, Tulungagung Regency, the data sources of this research are primary data and secondary data. Methods of collecting data using the method of observation, in-depth interviews, and documentation. The data analysis technique uses interactive analysis, namely data reduction, data presentation, and drawing conclusions. As for checking the validity of the data using the technique of extending the validity of the findings, triangulation, and peer reviewing findings.

The results of the thesis research on the 7P marketing mix strategy, namely El Hijaaz Boutique, Tulungagung Regency is a fashion business that has shibori and ecoprint fabric products using natural dyes and utilizing natural waste as fabric motifs. With the implementation of the El Hijaaz Boutique marketing mix strategy, Tulungagung Regency is better known to the public. So that the sales turnover of El Hijaaz Boutique in Tulungagung Regency has increased as evidenced by sales data from 2018 to 2020.

Keywords: Marketing Mix, Fashion Business, Sales Turnover