

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Bauran Pemasaran Syariah Alat Dapur PT. Gemilang Logam Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan” (Studi pada PT. Gemilang Logam Ngunut Tulungagung) ini ditulis oleh Putri Dewi Maisaroh, NIM. 12405173087, pembimbing Dr. H. Dede Nurohman, M. Ag.

Ini merupakan hasil penelitian yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan (1) Bagaimana penerapan strategi *product* (produk) bauran pemasaran syariah pada PT. Gemilang Logam ? (2) Bagaimana penerapan strategi *price* (harga) bauran pemasaran syariah pada PT. Gemilang Logam ? (3) Bagaimana penerapan strategi *place* (tempat/saluran distribusi) bauran pemasaran syariah pada PT. Gemilang Logam ? (4) Bagaimana penerapan strategi *promotion* (promosi) bauran pemasaran syariah pada PT. Gemilang Logam ? (5) Bagaimana dampak penerapan bauran pemasaran syariah dalam upaya meningkatkan volume penjualan pada PT. Gemilang Logam ?

Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Karena data yang didapat merupakan dari hasil observasi, wawancara secara langsung dan tidak langsung dengan pihak yang bersangkutan mengenai bauran pemasaran syariah yang diterapkan pada perusahaan ini untuk meningkatkan volume penjualannya. Serta literatur pendukung yang relevan terhadap permasalahan yang peneliti angkat. Selanjutnya metode penelitian ini menggunakan deskriptif analisis.

Bauran pemasaran syariah ini dipakai oleh PT. Gemilang Logam supaya meningkatkan volume penjualan perusahaan ini dan meningkatkan nilai kemaslahatan bersama. Untuk *product* pada perusahaan ini lebih mengoptimalkan terhadap kualitas barang. Untuk *price* atau harga yang diberikan sesuai dengan kualitas bahan baku. Untuk *place* sebagai tempat atau saluran distribusi, perusahaan ini memberikan kemudahan tempat yang mudah dijangkau dan penyaluran distribusi yang dijamin keamanannya. Untuk *promotion* pada perusahaan ini masih menerapkan sistem *offline*, karena produknya memerlukan tindakan *face to face* supaya calon konsumen itu percaya akan kualitas barang. Dengan bauran pemasaran syariah yang dilakukan perusahaan tersebut, alhasil dapat meningkatkan volume penjualan selama beberapa tahun terakhir.

Kata Kunci: bauran pemasaran, volume penjualan

ABSTRACT

Thesis with the title “Kitchen Tool Sharia Marketing Mix of PT. Gemilang Logam in an Effort to Increase Sales Volume” (Study at PT. Gemilang Logam Ngunut Tulungagung) was written by Putri Dewi Maisaroh, NIM. 12405173087, supervisor Dr. H. Dede Nurohman, M. Ag.

This is the result of research that aims to answer the questions (1) How is the implementation product strategy of sharia marketing mix at PT. Gemilang Logam ? (2) How is the implementation price strategy of sharia marketing mix at PT. Gemilang Logam ? (3) How is the implementation place strategy of sharia marketing mix at PT. Gemilang Logam ? (4) How is the implementation promotion strategy of sharia marketing mix at PT. Gemilang Logam ? (5) How is the impact of implementing the sharia marketing mix in an effort to increase sales volume in PT. Gemilang Logam ?

This research method is qualitative research. Because the data obtained is the result of observations, direct and indirect interviews with the parties concerned regarding the marketing strategy applied to this company to increase its sales volume. As well as supporting literature that is relevant to the problems the researchers raised. Furthermore, this research method uses descriptive analysis.

This sharia marketing mix is used by PT. Gemilang Logam in order to increase the sales volume of this company and increase the value of the common good. For products, this company optimizes the quality of goods. The price given is in accordance with the quality of the raw materials. For place as a place or distribution channel, this company provides easy access to places and distribution distribution that is guaranteed to be safe. For promotion, this company still applies an offline system, because its products require face to face action so that potential consumers believe in the quality of the goods. With the marketing strategy carried out by the company, it has been able to increase sales volume over the last few years.

Keywords: marketing mix, sales volume