

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Produk Pada Toko Cinta Bunda Babyshop Tulungagung” ini ditulis oleh Himmatu Ulin Nuha , NIM. 17402153389, pembimbing Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan bisnis di Tulungagung yang cukup pesat salah satunya bisnis *babyshop*, terbukti dengan mulai munculnya beberapa outlet *babyshop* salah satunya yaitu Cinta Bunda *BabyShop* toko ini menjual berbagai kebutuhan bayi dan anak. Fokus penelitian ini yaitu: (1) Bagaimana strategi pemasaran produk (*product*) dalam meningkatkan omzet penjualan pada Cinta Bunda *BabyShop* Tulungagung. (2) Bagaimana strategi pemasaran harga (*price*) dalam meningkatkan omzet penjualan Cinta Bunda *BabyShop* Tulungagung. (3) Bagaimana strategi pemasaran promosi (*promotion*) dalam meningkatkan omzet penjualan Cinta Bunda *BabyShop* Tulungagung. (4) Bagaimana strategi pemasaran tempat (*place*) dalam meningkatkan omzet penjualan Cinta Bunda *BabyShop* Tulungagung. (5) Bagaimana strategi pemasaran (*product, price, promotion, place*) dalam meningkatkan omzet penjualan Cinta Bunda *BabyShop* dalam perspektik Islam.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, sumber data dari penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, interview dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini adalah toko Cinta Bunda *BabyShop* dalam penerapan strategi produk mengutamakan kualitas barang yang diberikan kepada konsumen, strategi pemasaran harga ditetapkan sesuai dengan kualitas barang yang diberikan namun selalu ada potongan harga (diskon) apabila ada event tertentu seperti hari kemerdekaan, hari Idul Fitri dan hari besar lainnya. Strategi promosi yang diterapkan melalui sosial media, melalui mulut ke mulut, pamphlet, dan menyebarkan brosur. Strategi tempat memilih lokasi yang berada tidak jauh dengan perkotaan dan berdekatan dengan Rumah Sakit Umum Daerah dan berdekatan dengan SMA Katolik Tulungagung, serta akses yang ditempuh juga sangat mudah dan berdekatan dengan jalan raya. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh toko Cinta Bunda sudah sesuai dengan etika bisnis Islam dan sudah sesuai dengan sifat Nabi ketika berbisnis, yaitu: *Siddiq, Tabligh, Amanah, Fathanah*.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran, Produk, Price, Promotion, Place*

## ABSTRACT

This thesis with the title "Analysis of Marketing Strategies in Increasing Product Sales Turnover in Toko Cinta Bunda *Babyshop* Tulungagung" was written by Himmatu Ulin Nuha, NIM. 17402153389, mentor Nur Aziz Muslim, M.H.I.

This research is motivated by the rapid development of business in Tulungagung, one of which is the babyshop business, as evidenced by the emergence of several babyshop outlets, one of which is Cinta Bunda Baby Shop. This shop sells various needs of babies and children. The focus of this research is: (1) What is the product marketing strategy in increasing sales turnover at Cinta Bunda *BabyShop* Tulungagung. (2) What is the price marketing strategy in increasing the sales turnover of Cinta Bunda *BabyShop* Tulungagung. (3) How is the promotional marketing strategy (promotion) in increasing sales turnover of Cinta Bunda *BabyShop* Tulungagung. (4) What is the marketing strategy of place (place) in increasing sales turnover of Cinta Bunda *BabyShop* Tulungagung. (5) How is the marketing in increasing the sales turnover of *BabyShop's* mother's love in an Islamic economic perspective.

This study used a descriptive qualitative approach, the data sources of this study were primary and secondary data. Methods of data collection using observation, interviews and documentation. Data analysis techniques used data reduction, data presentation and drawing conclusions.

The results of this research are the Cinta Bunda Baby Shop store in the application of a product strategy that prioritizes the quality of goods provided to consumers, the price marketing strategy is set according to the quality of the goods provided but there are always discounts (discounts) if there are certain events such as independence day, Eid al-Fitr and another big day. Promotion strategy implemented through social media, through word of mouth, pamphlets, and distributing brochures. The strategy for choosing a location that is not far from the city and close to the Regional General Hospital and close to the Tulungagung Catholic High School, and also very easy access and close to the main road. The marketing strategy applied by the cinta bunda shop is in accordance with the nature of the prophet when doing business, namely: *Siddiq, Tabligh, Amanah, Fathanah*.

Keywords: Marketing Strategy, *Product, price, promotion, place*