

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pabrik Pengolahan Ikan Beku UD. Jaya Abadi di Watulimo, Trenggalek” ini ditulis oleh Yuana Miratama, NIM. 12405173018, 12405173016, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, pembimbing Bapak Dr. Deny Yudiantoro, S.AP.M.M.

Penelitian dalam skripsi ini dilatar belakangi karena keingintahuan peneliti mengenai strategi bauran pemasaran 4p yang dilakukan oleh pabrik pengolahan ikan beku UD. Jaya Abadi Watulimo dalam meningkatkan volume penjualan pada usahanya. Meskipun belum lama berdiri namun UD. Jaya Abadi telah mampu bersaing dengan usaha dagang sejenis didaerah tersebut dan usaha ini dapat terus berkembang menjadi lebih besar. Perencanaan strategi bauran pemasaran penting dilakukan pada setiap usaha, sehingga hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai evaluasi untuk usaha dagang sejenis dalam upaya peningkatan volume penjualan.

Fokus penelitian ini adalah, 1) Bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran *product* di UD. Jaya Abadi? 2) Bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran *price* di UD. Jaya Abadi? 3) Bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran *promotion* di UD. Jaya Abadi? 4) Bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran *place* di UD. Jaya Abadi? 5) Bagaimana strategi bauran pemasaran 4p dalam meningkatkan volume penjualan di UD. Jaya Abadi?

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan pendekatan deskriptif studi kasus untuk menggambarkan secara objektif berbagai fakta yang ada dilapangan. Sumber data yang diperoleh adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yaitu dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, paparan data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini adalah masing-masing komponen bauran pemasaran 4p (*product*, *price*, *promotion*, dan *place*) yang dilakukan selama ini telah mampu meningkatkan volume penjualan, dapat dilihat dari data penjualan yang naik turunnya cukup stabil. Strategi yang dilakukan pun juga mendapatkan respon yang baik dari konsumen dan pelanggan. UD. Jaya Abadi juga telah mampu melakukan analisis penjualan, dimana mereka dapat membaca kondisi pasar. Dari penelitian ini strategi bauran pemasaran yang sangat diperhatikan yaitu mengenai *product*. *Product* menjadi perhatian yang penting karena produk yang mereka pasarkan merupakan produk yang akan mudah rusak, maka menjaga mutu dan kualitas produk agar berpengaruh terhadap strategi lainnya. Kendala dalam suatu usaha memang seringkali terjadi, namun UD. Jaya Abadi selama ini masih dapat mengendel permasalahan yang ada. Komponen bauran pemasaran yang dilakukan dengan cukup baik namun, memang perlu adanya perbaikan dan pemaksimalan, agar kegiatan perusahaan terutama penjualan dapat terus meningkat.

Kata Kunci: Pemasaran, Bauran Pemasaran 4p dan Volume Penjualan

ABSTRACT

Thesis with the title "Marketing Mix Strategy in Increasing Sales Volume at Frozen Fish Processing Factory UD. Jaya Abadi in Watulimo, Trenggalek" was written by Yuana Miratama, NIM. 12405173018, Faculty of Economics and Islamic Business, Department of Islamic Business Management, supervisor Dr. Deny Yudiantoro, S.AP.MM.

The research in this thesis was motivated by the curiosity of the researcher regarding the 4p marketing mix strategy carried out by the frozen fish processing factory UD. Jaya Abadi Watulimo in increasing the sales volume of his business. Although not long established but UD. Jaya Abadi has been able to compete with similar trading businesses in the area and this business can continue to grow to be bigger. Planning a marketing mix strategy is important for every business, so the results of this study can be used as an evaluation for similar trading businesses in an effort to increase sales volume.

The focus of this research is, 1) How to apply the product marketing mix strategy at the UD. Jaya Abadi? 2) How to apply the price marketing mix strategy at the UD. Jaya Abadi? 3) How to apply the promotion marketing mix strategy at the UD. Jaya Abadi? 4) How to apply the place marketing mix strategy at the UD. Jaya Abadi? 5) How is the 4p marketing mix strategy in increasing sales volume at the UD. Jaya Abadi?

This study used a qualitative research methods, with a case study descriptive approach to objectively describe various facts in the field. Sources of data obtained are primary data and secondary data. Data collection techniques are by observation, interviews and documentation. The data analysis technique uses data reduction, data exposure and drawing conclusions.

The results of this study are that each component of the 4p marketing mix (product, price, promotion, and place) that has been carried out so far has been able to increase sales volume, it can be seen from the sales data that the ups and downs are quite stable. The strategy carried out also received a good response from consumers and customers. UD. Jaya Abadi has also been able to do sales analysis, where they can read market conditions. From this research, the marketing mix strategy that is very concerned is about the product. The product is an important concern because the product they market is a product that will be easily damaged, so maintain the quality and quality of the product so that it influences other strategies. Constraints in a business often occur, but UD. Jaya Abadi has been able to handle the existing problems so far. The components of the marketing mix are carried out quite well, however, it is necessary to improve and maximize, so that the company's activities, especially sales, can continue to increase.

Keywords: Marketing, 4p Marketing Mix and Sales Volume.