

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran Guna Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus pada Badan Usaha Milik Desa Bersama (BUMDesMa) Madupapaken Bersinar Desa Durenan Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek)” ini ditulis oleh Nanda Malika Yuriid, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, NIM 12402183063, Pembimbing Bapak Syamsul Umam, S.H.I., M.H., .

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh Badan Usaha Milik Desa Bersama (BUMDesMa) yang memfokuskan usahanya pada BUMN Shop yang masih terbilang sangat jarang ditemukan di Kabupaten Trenggalek sehingga diperlukan strategi pemasaran guna untuk memperkenalkan BUMN Shop ini dikalangan masyarakat umum dengan berbagai produk yang ditawarkan sekaligus sebagai upaya menghadapi persaingan usaha serta meningkatkan volume penjualannya. Adapun strategi bauran pemasaran yang digunakan dalam BUMDesMa ini yakni bauran pemasaran 7P yang meliputi *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses), serta *physical evidence* (bukti fisik).

Adapun fokus penelitian dalam skripsi ini yakni: (1) Bagaimana strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh BUMDesMa Madupapaken Bersinar Desa Durenan Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek guna untuk meningkatkan volume penjualannya, (2) Apa kendala-kendala yang dihadapi oleh BUMDesMa Madupapaken Bersinar Durenan dalam melakukan strategi bauran pemasaran guna meningkatkan volume penjualannya serta bagaimana solusinya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Adapun jenis dari penelitian ini yakni, penelitian studi kasus yang dilakukan dengan meneliti objek secara langsung. Data yang digunakan di dalam penelitian ini yakni data primer dan sekunder. Adapun data primer diperoleh dari lembaga kemudian diambil dan diolah sendiri oleh peneliti secara langsung, sedangkan data sekunder diperoleh dari jurnal, skripsi, buku. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara serta dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan pengumpulan data, reedukasi data yang diperoleh, display atau penyajian data, melakukan verifikasi atau menarik kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini yakni BUMDesMa Madupapaken Bersinar Durenan dalam melakukan kegiatan usahanya selalu menyediakan produk yang berkualitas serta harga yang sesuai dengan kualitas. Dalam memilih lokasi mengutamakan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau. Promosi dilakukan dengan memanfaatkan perkembangan sosial media serta media cetak. Selain itu BUMDesMa ini juga mengutamakan kepuasan pelanggan yang diwujudkan dengan keramahan dan loyalitas pegawai, aliran produk hingga ketangan konsumen yang efektif serta daayaa dukung produk seperti kemasan, kenyamanan, kebersihan lokasi serta penambahan fasilitas lain seperti WIFI, AC dan lain sebagainya.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Strategi, Volume Penjualan

ABSTRACT

Thesis with the title "Marketing Mix Strategy to Increase Sales Volume (Case Study on the Joint Village-Owned Enterprise (BUMDesMa) Madupapaken Bersinar Durenan Village, Durenan District, Trenggalek Regency)" was written by Nanda Malika Yuriid, Department of Sharia Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, Tulungagung State Islamic Institute, NIM 12402183063, Supervisor Mr. Syamsul Umam, SHI, MH, .

This research is motivated by the Joint Village-Owned Enterprise (BUMDesMa) which focuses its business on BUMN Shops which are still very rarely found in Trenggalek Regency so that a marketing strategy is needed to introduce this BUMN Shop among the general public with various products offered as well as an effort to face competition. business and increase its sales volume. The marketing mix strategy used in this BUMDesMa is the 7P marketing mix which includes product (product), price (price), place (place), promotion (promotion), people (people), process (process), and physical evidence (evidence).

The focus of the research in this thesis are: (1) How is the marketing mix strategy carried out by BUMDesMa Madupapaken Bersinar Durenan Village, Durenan District, Trenggalek Regency in order to increase its sales volume, (2) What are the obstacles faced by BUMDesMa Madupapaken Shine Durenan in carrying out the strategy marketing mix to increase sales volume and how to solve it.

This study uses a qualitative research method with a descriptive approach. As for the type of this research, namely, case study research conducted by examining the object directly. The data used in this study are primary and secondary data. The primary data was obtained from the institution and then taken and processed by the researcher directly, while the secondary data was obtained from journals, theses, books. Data collection techniques were carried out by observation, interviews and documentation. Data analysis techniques are carried out by collecting data, re-educating the data obtained, displaying or presenting data, verifying or drawing conclusions.

The result of this research is that BUMDesMa Madupapaken Bersinar Durenan in carrying out its business activities always provides quality products and prices that match the quality. In choosing a location, prioritize a strategic and easy-to-reach location. Promotion is carried out by utilizing the development of social media and print media. In addition, BUMDesMa also prioritizes customer satisfaction which is manifested by the friendliness and loyalty of employees, effective product flow to the hands of consumers and product support such as packaging, convenience, location cleanliness and the addition of other facilities such as WIFI, air conditioning and so on.

Keywords: Marketing Mix, Strategy, Sales Volume