

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Penerapan Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada *Home Industry* Minyak Goreng Hepi Koki dalam Prespektif Manajemen Bisnis Syariah” ini ditulis oleh Alma Alfajar Dikri Abdolloh, NIM 12405183251 dengan pembimbing Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya pesaing bisnis minyak goreng. Adanya persaingan tersebut karena banyaknya jumlah *home industry* minyak goreng sebagai bahan pokok makanan. Untuk menghadapi persaingan tersebut dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat agar volume penjualan dapat meningkat dengan memegang prinsip manajemen bisnis syariah. Oleh karena itu strategi pemasaran yang dilakukan oleh *home industry* minyak goreng Hepi Koki yaitu dengan menerapkan bauran pemasaran 7P.

Fokus penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah (1) Bagaimana penerapan bauran pemasaran pada *home industry* minyak goreng Hepi Koki? (2) Bagaimana penerapan bauran pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan pada *home industry* minyak goreng Hepi Koki? (3) Bagaimana penerapan bauran pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan pada *home industry* minyak goreng Hepi Koki dalam prespektif manajemen bisnis syariah?.

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Dengan Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Penerapan bauran pemasaran 7P yang dilakukan oleh *home industry* minyak goreng Hepi Koki yaitu a) produk, meningkatkan kualitas produk, b) harga, memantau harga dari pesaing agar bisa menentukan harga dengan tepat, c) saluran distribusi, menggunakan sales untuk memudahkan proses distribusi, d) promosi, menggunakan media sosial dan membuat inovasi promosi seperti kaos dan stiker, e) orang, memberikan bonus tambahan kepada karyawan agar bekerja dengan maksimal, f) proses, pemilik selalu membantu dan mengamati jalannya proses produksi, g) bukti fisik, memiliki sebuah pabrik, truk tangki, dan mobil pickup untuk kepentingan perusahaan. (2) Penerapan bauran pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan pada *home industry* minyak goreng Hepi Koki yaitu dengan: mengkombinasikan bauran pemasaran tersebut dengan maksimal, meningkatkan kapasitas produksi, dan memperluas wilayah pemasaran. (3) Penerapan bauran pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan pada *home industry* minyak goreng Hepi Koki dalam prespektif manajemen bisnis syariah yaitu : menerapkan sifat Nabi Muhammad dalam berdagang seperti jujur, adil, dan amanah.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Volume Penjualan, Manajemen Bisnis Syariah

ABSTRACT

Skripsi with the title "Application of Marketing Mix to Increase Sales Volume in Hepi Koki Cooking Oil Home Industry in Sharia Business Management Perspective" was written by Alma Alfajar Dikri Abdolloh, NIM 12405183251 with Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

This research is motivated by the many competitors in the cooking oil business. The existence of this competition is due to the large number of home industries for cooking oil as a staple food. To face this competition, the right marketing strategy is needed so that sales volume can increase by holding the principles of sharia business management. Therefore, the marketing strategy carried out by the Hepi Koki cooking oil home industry is to apply the 7P marketing mix.

The focus of the research in writing this thesis is (1) How is the application of the marketing mix in the home industry of Hepi Koki cooking oil? (2) How is the application of the marketing mix to increase sales volume in Hepi Koki home industry of cooking oil? (3) How is the application of the marketing mix to increase sales volume in Hepi Koki cooking oil home industry in the perspective of sharia business management?.

In this study, the approach used is a qualitative approach. With data collection techniques through interviews, observation, and documentation. Sources of data in this study using primary and secondary data. The data analysis technique uses data reduction, data presentation, and verification.

The results of this study indicate that (1) the application of the 7P marketing mix carried out by the Hepi Koki cooking oil home industry, namely a) product, improving product quality, b) price, monitoring prices from competitors in order to determine prices correctly, c) distribution channels, using sales to facilitate the distribution process, d) promotion, using social media and making promotional innovations such as t-shirts and stickers, e) people, giving additional bonuses to employees to work optimally, f) the process, the owner always helps and observes the production process, g) physical evidence, owning a factory, tanker truck, and a pickup truck for the benefit of the company. (2) The application of the marketing mix to increase sales volume in the Hepi Koki cooking oil home industry, namely by: combining the marketing mix to the maximum, increasing production capacity, and expanding the marketing area. (3) The application of the marketing mix to increase the volume of sales in the Hepi Koki cooking oil home industry in the perspective of sharia business management, namely: applying the characteristics of the Prophet Muhammad in trading such as being honest, fair, and trustworthy.

Keywords: Marketing Mix, Sales Volume, Business Management