

ABSTRAK

Galih Alfaridzi, NIM. 12402183264. "Strategi Bauran Pemasaran Pakaian Bekas (*Thrift Shop*) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Study Kasus Pada Toko Radios *Thrift Shop* Di Tulungagung)" Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Pembimbing: Mohammad Rois Abin, M.Pd.I.

Dalam suatu penjualan pastinya memerlukan sebuah strategi pemasaran yang mana dapat mempengaruhi dari tingkat penjualan tersebut. Sehingga perlu adanya dari perusahaan untuk melakukan beberapa strategi, seperti halnya strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang di lakukan pada Toko Radios Thrift Shop dalam meningkatkan volume penjualannya.

Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui cara dari Toko Radios Thrift Shop dalam menentuan segmentasi pasar mengenai barang Thrift. (2) Untuk mengetahui cara menentukan harga yang diterapkan pada Toko Radios Thrift Shop dalam meningkatkan volume penjualan. (3) Untuk mengetahui bagaimana promosi yang diterapkan oleh Toko Radios Thrift Shop dalam meningkatkan volume penjualan. (4) Untuk mengetahui bagaimana cara dari Toko Radios Thrift Shop menentukan tempat dalam meningkatkan volume penjualan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Sumber datanya yaitu Pemilik Toko Radios Thrift Shop, Kariawan Toko Radios Thrift Shop, Konsumen Toko Radios Thrift Shop, Penghobi barang thrift. Tehnik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara secara mendalam, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Strategi penentuan (segmentasi pasar) pada produk dintaranya pemilihan produk yang berkwalitas dan mempunyai trend pada saat ini (2) Strategi harga yang diterapkan dalam Toko Radios Thrift Shop ini tidak menentu. Harga di tentukan dari kwalitas barang, brand dan trend, sehingga terjangkau tidaknya harga tergantung dari kwalitas yang diberikan. (3) Promosi yang digunakan berupa media promosi offline dan online. Dalam promosi secara offline diantaranya seperti mengadakan event, bekerja sama dengan berbagai bidang seperti coffie shop, band music, dll. Sedangkan promosi online menggunakan iklan perbayar pada akun personal Instagram, diskon setiap satu bulan sekali dan hari hari tertenu, dan juga saling promot di insta story sesama penjual pakaian thrift. (4) Strategi penentuan tempat yang dilakukan toko Radios Thrift Shop adalah pemilihan lokasi yang strategis dan jauh dari para kompetitor. Toko Radios Thrift Shop ini berlokasi di tempat yang dekat dengan beberapa destinasi wisata di kecamatan pagerwojo, seperti waduk wonorejo, Caffé Dendy Sky View dan juga Ranukumbolo.

Kata Kunci: Strategi Bauran Pemasaran, Thrift Shop, Peningkatan Volume Penjualan

ABSTRACT

Galih Alfaridzi, NIM. 12402183264. "Used Clothing Marketing Mix Strategy In Increasing Sales Volume (Case Study at Radios Thrift Shop in Tulungagung)", Skripsi, Faculty of Islamic Economics and Business. Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University, Tulungagung. Supervisor: Mohammad Rois Abin, M.Pd.I.

In a sale, of course, requires a marketing strategy which can affect the level of sales. So it is necessary for the company to carry out several strategies, such as the marketing mix strategy that is carried out at the Radios Thrift Shop in increasing its sales volume

The aims of this research are (1) to find out the method of Radios Thrift Shop in determining market segmentation regarding Thrift goods. (2) To find out how to determine the price applied to the Radios Thrift Shop store in increasing sales volume. (3) To find out how the promotions implemented by the Radios Thrift Shop store in increasing sales volume. (4) To find out how the Radios Thrift Shop determines the place to increase sales volume.

This research uses a qualitative approach with the type of case study research. The data sources are Radios Thrift Shop Store Owners, Radios Thrift Shop Store Employees, Radios Thrift Shop Consumers, Thrift Goods Hobbyists. Data collection techniques using observation techniques, in-depth interviews, and documentation

The results of the study show that (1) the determination strategy (market segmentation) on the product includes sorting quality products and has a current trend (2) The price strategy applied in the Radios Thrift Shop is uncertain. Prices are determined from the quality of goods, brands and trends, so whether or not the price is affordable depends on the quality provided. (3) The promotions used are in the form of offline and online promotional media. In offline promotions, such as holding events, collaborating with various fields such as coffee shops, music bands, etc. While online promotions use paid advertising on personal Instagram accounts, discounts once a month and certain days, and also promote each other on insta stories among thrift clothing sellers. (4) The strategy for determining the location of the Radios Thrift Shop store is choosing a strategic location far from competitors. This Radios Thrift Shop is located in a place close to several tourist destinations in the Pagerwojo sub-district, such as the Wonorejo Reservoir, Caffé Dendy Sky View and also Ranukumbolo.

Keywords: *Marketing Mix Strategy, Thrift Shop, and Increasing Sales Volume*