

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Pengepul Alat Industri dari Besi UD. Kasri Desa Kiping Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung Perspektif Manajemen Bisnis Syariah” yang ditulis oleh Asfiatun Nahdiah NIM. 12405183052, Dosen Pembimbing Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Penelitian ini dilatar belakangi bahwa di era yang serba modern ini segala kegiatan dijalankan menggunakan alat-alat yang canggih. UD. Kasri merupakan perusahaan yang menjual produk kerajinan alat-alat industri pertanian dan pertukangan dari besi yang masih tergolong barang tradisional. Meskipun yang dijual merupakan barang tradisional, akan tetapi UD. Kasri masih tetap eksis dan memiliki banyak pelanggan.

Fokus penelitian skripsi ini adalah (1) Bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran pada UD. Kasri Desa Kiping Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung? (2) Bagaimana peran strategi bauran pemasaran terhadap peningkatan jumlah volume penjualan pada UD. Kasri Desa Kiping Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung Perspektif Manajemen Bisnis Syariah?

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Metode yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data yang diperoleh berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara individu dan data sekunder diperoleh dari sumber pustaka dan dokumen lainnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) penerapan strategi bauran pemasaran pada UD. Kasri antara lain : Strategi *product* dengan tetap menjaga kualitas produk. Strategi *price* dengan memberi harga sesuai standar pasar. Strategi *place* pemilihan lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen. Strategi *promotion* dengan penyaluran informasi dari mulut ke mulut. Strategi *people* mempekerjakan masyarakat sekitar perusahaan yang membutuhkan pekerjaan. Strategi *process* pada pembayaran secara langsung dan via transfer, pada pengiriman yaitu secara langsung dan melalui ekspedisi untuk konsumen luar Jawa. Strategi *physical evidence* dengan menyediakan transportasi untuk pengiriman lokasi sekitar Tulungagung. (2) peran strategi bauran pemasaran perspektif manajemen bisnis syariah diidentifikasi dengan fungsi manajemen antara lain: Fungsi *planning*, UD. Kasri memiliki rencana untuk menambah produk pada jenis alat pertukangan, membuka cabang yang lokasinya dekat jalan raya, dan menambah lokasi pengiriman luar Jawa. Strategi *organizing* dengan melakukan pembagian tugas setiap karyawan sesuai dengan kemampuannya. Strategi *actuating* dengan memberi arahan terkait tugas yang harus dilakukakn oleh karyawan. Strategi *controlling* dengan pengawasan secara langsung pada kegiatan jual beli pada perusahaan.

Kata Kunci: Strategi Bauran Pemasaran, Volume Penjualan, Fungsi Manajemen.

ABSTRACT

Thesis untitled “Marketing Mix Strategy in Increasing Sales Volume at Metal Industrial Equipment Collectors UD. Kasri Kiping Village, Gondang District, Tulungagung Regency, Sharia Business Management Perspective” written by Asfiatun Nahdiah, Student ID Number. 12405183052, Advisor Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

The background of this research is that in this modern era, all activities are carried out using sophisticated tools. UD. Kasri is a company that sells handicraft products for the agricultural industry and carpentry of iron which are still classified as traditional goods. Even though what is being sold is traditional goods, UD. Kasri still exists and has many customers.

The focus of this thesis research are (1) How to apply the marketing mix strategy at UD. Kasri, Kiping Village, Gondang District, Tulungagung Regency? (2) What is the role of the marketing mix strategy in increasing the total sales volume at UD. Kasri, Kiping Village, Gondang District, Tulungagung Regency, Sharia Business Management Perspective?

This research uses a qualitative research type. The method used is observation, interviews, and documentation. Sources of data obtained in the form of primary data and secondary data. Primary data obtained from individual interviews and secondary data obtained from library sources and other documents.

The results showed that (1) the application of the marketing mix strategy at UD. Kasri includes: Product strategy is by maintaining product quality. Price strategy by giving prices according to market standards. Place strategy by choosing a location that is easily accessible by consumers. Promotion strategy by channeling information by word of mouth. The people strategy employs people around the company who need jobs. The process strategy for payments is direct and via transfer, on delivery, namely directly and through expeditions for consumers outside Java. Physical evidence strategy by providing transportation for delivery to locations around Tulungagung. (2) the role of the marketing mix strategy from the perspective of sharia business management is identified with management functions, including: Planning function, UD. Kasri has plans to add products to the type of carpentry tools, open branches located near highways, and add delivery locations outside Java. Organizing strategy by dividing the duties of each employee according to their abilities. Actuating strategy by providing direction regarding the tasks that must be carried out by employees. Controlling strategy with direct supervision on buying and selling activities in the company.

Keywords: *Marketing Mix Strategy, Sales Volume, Management Function.*

الملخص

أطروحة بعنوان "استراتيجية مزيج التسويق لزيادة حجم المبيعات في جامعي المعدات الصناعية المعدنية اود. قرية كاسري كيبينج، منطقة جوندانج ، تولونججونج ريجنسي ، منظور إدارة الأعمال الشرعية" بقلم أصفية النهضية نيم ٢٥٠٣٨١٥٠٤٢١ المستشار د. نور عزيز مسلم ، م. ه. ه. ع. خلفية هذا البحث هي أنه في هذا العصر الحديث ، يتم تنفيذ جميع الأنشطة باستخدام أدوات متطورة. اود. قصري هي شركة تبيع منتجات الحرف اليدوية للصناعة الزراعية ونجارة الحديد التي لا تزال مصنفة على أنها سلع تقليدية. على الرغم من أن ما يتم بيعه هو سلع تقليدية ، اود. لا يزال قصري موجودًا ولديه العديد من العملاء.

يركز هذا البحث على (١) كيفية تطبيق استراتيجية المزيج التسويقي في اود. قرية كاسري كيبينج ، منطقة جوندانج ، تولونججونج ريجنسي ؟ (٢) ما هو دور استراتيجية المزيج التسويقي في زيادة حجم المبيعات الإجمالي في اود. قرية كاسري كيبينج ، منطقة جوندانج ، تولونججونج ريجنسي ، منظور إدارة الأعمال الشرعية؟

يستخدم هذا البحث نوع البحث النوعي. الطريقة المستخدمة هي الملاحظة والمقابلات والتوثيق. مصادر البيانات التي تم الحصول عليها في شكل بيانات أولية وبيانات ثانوية. تم الحصول على البيانات الأولية من المقابلات الفردية والبيانات الثانوية التي تم الحصول عليها من مصادر المكتبة وغيرها من الوثائق.

أظهرت النتائج (١) تطبيق استراتيجية المزيج التسويقي في جامعة ديلاوير. يتضمن اود كاسري: إستراتيجية المنتج مع الحفاظ على جودة المنتج. استراتيجية السعر من خلال تحديد الأسعار حسب معايير السوق. ضع إستراتيجية لاختيار موقع يسهل على المستهلكين الوصول إليه. استراتيجية الترويج عن طريق توجيه المعلومات عن طريق الكلام الشفهي. توظف إستراتيجية الأشخاص الأشخاص في جميع أنحاء الشركة ممن يحتاجون إلى وظائف. تعتبر إستراتيجية عملية الدفع مباشرة وعبر التحويل ، عند التسليم ، أي مباشرة ومن خلال الرحلات الاستكشافية للمستهلكين خارج جافا. استراتيجية الأدلة المادية من خلال توفير النقل للتسليم إلى مواقع حول تولونغاونغ. (٢) يتم تحديد دور استراتيجية المزيج التسويقي من منظور إدارة الأعمال الشرعية مع وظائف الإدارة ، بما في ذلك: وظيفة التخطيط ، اود. لدى كاسري خطط لإضافة منتجات إلى نوع أدوات النجارة ، وفتح الفروع

الموجودة بالقرب من الطرق السريعة ، وإضافة مواقع التسليم خارج جافا . تنظيم الإستراتيجية بتقسيم واجبات كل موظف حسب قدراته. تفعيل الإستراتيجية من خلال توفير التوجيه فيما يتعلق بالمهام التي يجب أن يقوم بها الموظفون. إستراتيجية السيطرة مع الإشراف المباشر على أنشطة البيع والشراء في الشركة.

الكلمات المفتاحية: استراتيجية المزيج التسويقي ، حجم المبيعات ، وظيفة الإدارة.