ABSTRAK

Skripsi dengan judul "***Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Warung Sate Kambing Pak Kuwat Tulungagung Perspektif Manajamen Bisnis Syariah***" yang ditulis oleh Denny Rusdiana Dwi Pransiska dengan NIM 12405183124 Progam Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Pembimbing : Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin banyaknya persaingan bisnis yang bergerak dalam bidang kuliner serupa, hal ini yang mendorong Warung Sate Kambing Pak Kuwat Tulungagung untuk dapat meningkatkan volume penjualannya dengan menerapkan strategi pemasaran sesuai perkembangan zaman. Dengan melakukan bauran pemasaran 4P yaitu dengan *product, price, place* dan *promotion* sehingga dapat meningkatkan volume penjualan produknya. Menerapkan strategi pemasaran sesuai bisnis islam juga dapat menambah kepuasan konsumen sehingga dapat mempertahankan konsumen.

Fokus penelitian yang terdapat dalam skripsi ini adalah sebagai berikut 1) Bagaimana strategi pemasaran Warung Sate Kambing Pak Kuwat Tulungagung dalam meningkatkan volume penjualan produk? 2) Bagaimana hambatan strategi pemasaran Warung Sate Kambing Pak Kuwat Tulungagung dalam meningkatkan volume penjualan produknya? 3) Bagaimana solusi strategi pemasaran Warung Sate Kambing Pak Kuwat Tulungagung dalam meningkatkan volume penjualan produknya? 4) Bagaimana strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan produk di Warung Sate Kambing Pak Kuwat Tulungagung dalam perspektif Manajemen Bisnis Syariah?

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data ini diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil yang telah diperoleh dari penelitian ini adalah 1) Warung Sate Kambing Pak Kuwat Tulungagung menerapkan strategi pemasaran yaitu *marketing mix* untuk meningkatkan volume penjualannya. 2) Kendala yang dialami dalam menjalankan bisnis ini diantaranya terkait pelayanan yang kurang memuaskan, harga bahan baku yang tidak menentu, produk yang kurang inovasi dan promosi yang masih minim di awal bisnis didirikan 3) Solusi yang didapat atas adanya kendala yaitu dengan meningkatkan kualitas dari karyawan, memperhitungkan dengan lebih rinci antara pengeluaran dan pemasukan, membuat inovasi atau menambah menu makanan, dan mengandalkan media sosial serta *marketplace* untuk meningkatkan penjualan produk. 4) Menerapkan pemasaran secara konvensional dengan tidak mengabaikan prinsip-prinsip sesuai syariah islam dengan cara sebagai berikut: promosi yang wajar, prinsip konsumen adalah raja, memiliki kepribadian spiritual, etika berperilaku baik dan etika bersikap melayani serta rendah hati.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Warung Sate Kambing Pak Kuwat Tulungagung, Strategi Pemasaran Islam.

ABSTRACT

Thesis with the title " ***Marketing Strategies in Increasing Sales Volume at Pak Kuwat's goat satay stall in Tulungagung Perspective Sharia Business Management****" written by Denny Rusdiana Dwi Pransiska with NIM 12405183124 Department of Sharia Business Management Faculty of Economics and Islamic Business UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Supervisor : Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.*

This research is motivated by the increasing number of business competition engaged in similar culinary fields, this is what encourages Pak Kuwat's goat satay stall in Tulungagung to be able to increase its sales volume by implementing marketing strategies according to the times. By doing good 4P marketing mix, namely product, price, place and promotion so as to increase the volume of product sales. Implementing marketing strategies according to Islamic business can also increase customer satisfaction so as to retain consumers.

The focus of the research contained in this thesis is as follows 1) What is the marketing strategy of Pak Kuwat's goat satay stall in Tulungagung in increasing product sales volume? 2) What are the obstacles to the marketing strategy of Pak Kuwat's goat satay stall in Tulungagung in increasing the sales volume of their products? 3) How is the marketing strategy solution for Pak Kuwat's goat satay stall in Tulungagung in increasing the sales volume of its products? 4) What is the marketing strategy to increase product sales volume at Pak Kuwat's goat satay stall in Tulungagung in the perspective of Sharia Business Management?

This research uses qualitative method with descriptive research type. Sources of data used in this study are primary data and secondary data. This data was obtained from observation, interviews and documentation.

The results that have been obtained from this study are 1) Pak Kuwat's goat satay stall in Tulungagung implements marketing strategies, namely marketing mix to increase sales volume. 2) Constraints experienced in running this business include unsatisfactory service, erratic raw material prices, products that lack innovation and minimal promotion at the beginning of the business being founded 3) The solution obtained for the existence of obstacles is to improve the quality of employees , calculate in more detail between expenses and income, innovate or add to the food menu, and rely on social media and marketplaces to increase product sales. 4) Applying conventional marketing by not ignoring the principles according to Islamic sharia in the following ways: fair promotion, the principle of the consumer is king, has a spiritual personality, ethics of good behavior and ethics of serving and being humble.

Keywords: Marketing Strategy, Pak Kuwat's goat satay stall in Tulungagung, Islamic Marketing Strategy.