

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “PENERAPAN STRATEGI WORD OF MOUTH MARKETING DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (Studi Kasus Di Industri Pupuk Kompos Adi Jaya Sentosa Desa Grogol Kecamatan Sawo Kabupaten Ponorogo)” ditulis oleh Nopindra Kurnianto, NIM 12405173183, Pembimbing Suminto, M. Pd. I. Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh penggunaan strategi penjualan produk pupuk kompos yang berbeda dengan sebelumnya dari media sosial dan banner menjadi strategi *word of mouth marketing*, karena strategi ini jangkauannya sangat luas dan dijelaskan bahwa *word of mouth marketing* tidak mempunyai hambatan fisik.

Tujuan penelitian ini yaitu: (1) Untuk mendeskripsikan konsep strategi *word of mouth marketing* dalam meningkatkan volume penjualan di Industri Pupuk Kompos Adi Jaya Sentosa. (2) Untuk mendeskripsikan implementasi strategi *word of mouth marketing* dalam meningkatkan volume penjualan di Industri Pupuk Kompos Adi Jaya Sentosa. (3) Untuk mendeskripsikan kendala dan solusi strategi *word of mouth marketing* dalam meningkatkan volume penjualan di Industri Pupuk Kompos Adi Jaya Sentosa.

Jenis penelitian ini merupakan kualitatif deskriptif dengan menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi sebagai metode pengumpulan data. Sumber data dalam penelitian ini adalah pemilik dan juga karyawan Industri Pupuk Kompos Adi Jaya Sentosa. Teknis analisis data yang digunakan meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan penelitian ini juga melakukan pengecekan keabsahan data dengan triangulasi sumber dan teori.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Konsep strategi pemasaran yang dilakukan pada usaha Industri Pupuk Kompos Adi Jaya Sentosa agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, usaha Industri Pupuk Kompos Adi Jaya Sentosa menawarkan variasi produk yang beragam dan melakukan Penentuan kelayakan produk dengan cara memperhatikan kualitas barang. (2) Implementasi Strategi Word Of Mouth Marketing Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Industri Pupuk Kompos Adi Jaya Sentosa Usaha pupuk Adi Jaya Sentosa melakukan strategi promosi melalui beberapa cara seperti memanfaatkan promosi mulut ke mulut atau *word of mouth marketing* hingga memanfaatkan media lain. Promosi mulut ke mulut atau *word of mouth marketing* dilakukan oleh pelanggan yang pernah melakukan transaksi jual beli di usaha Industri Pupuk Kompos Adi Jaya Sentosa dan merekomendasikannya kepada pihak lain. (3) Kendala Strategi Pemasaran pada Usaha Industri Pupuk Kompos Adi Jaya Sentosa yaitu: terhambatnya proses produksi, banyaknya pesaing, dan harga yang tidak menentu. Adapun solusinya yaitu pelanggan tetap dan juga galangan (toko) yang ada di luar pulau, Pengrajin pupuk yang bekerja sama dengan usaha Industri Pupuk Kompos

Adi Jaya Sentosa, Kualitas produk benar-benar dijaga, Lokasi pemasaran yang strategis.

**Kata Kunci :** Word Of Mouth Marketing, dan Volume Penjualan.

## ABSTRACT

Thesis entitled "APPLICATION OF WORD OF MOUTH MARKETING STRATEGY TO INCREASE SALES VOLUME (Case Study in Adi Jaya Sentosa Compost Fertilizer Industry, Grogol Village, Sawoo District, Ponorogo Regency)" written by Nopindra Kurnianto, NIM 12405173183, guidance of Suminto, M. Pd. I. Department of Sharia Business Management, Faculty of Economics and Islamic Business , UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

This research is motivated by the use of a compost fertilizer product sales strategy that is different from the previous one from social media and banners as a word of mouth marketing strategy, because this strategy has a very wide reach and it is explained that word of mouth marketing does not have physical barriers.

The aims of this research are: (1) To describe the concept of word of mouth marketing strategy in increasing sales volume in Adi Jaya Sentosa's Compost Fertilizer Industry. (2) To describe the implementation of word of mouth marketing strategy in increasing sales volume in Adi Jaya Sentosa's Compost Fertilizer Industry. (3) To describe the constraints and solutions for word of mouth marketing strategies in increasing sales volume in Adi Jaya Sentosa's Compost Fertilizer Industry.

This type of research is descriptive qualitative using interviews, observations, and documentation as data collection methods. Sources of data in this study are the owners and employees of the Adi Jaya Sentosa Compost Fertilizer Industry. The data analysis techniques used include data reduction, data presentation, and conclusion drawing. This research also checks the validity of the data by triangulation of sources and theories.

The results of this study indicate that: (1) The concept of a marketing strategy carried out in the Adi Jaya Sentosa Compost Fertilizer Industry business in order to meet customer needs, the Adi Jaya Sentosa Compost Fertilizer Industry business offers a wide variety of products and determines the feasibility of the product by paying attention to the quality of the goods. (2) Implementation of Word Of Mouth Marketing Strategy to Increase Sales Volume in Adi Jaya Sentosa's Compost Fertilizer Industry Adi Jaya Sentosa's fertilizer business carried out promotional strategies in several ways, such as utilizing word of mouth marketing to utilizing other media. Word of mouth marketing is carried out by customers who have made buying and selling transactions in the Adi Jaya Sentosa Compost Fertilizer Industry business and recommend it to other parties. (3) Marketing Strategy Constraints in Adi Jaya Sentosa's Compost Fertilizer Industry Business, namely: delays in the production process, many competitors, and erratic prices. The solutions are regular customers and shipyards (stores) outside the island, fertilizer craftsmen who work together with the Adi Jaya Sentosa compost industry business, product quality is really maintained, strategic marketing location.

**Key Words :** Word Of Mouth Marketing and Sales Volume