

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Implementasi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Tanaman Hias Menurut Perspektif Manajemen Bisnis Syariah (Studi Kasus Sumber Gemilang Nursery Desa Bangoan, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung)” yang ditulis oleh Atik Mubaroroh NIM. 12405183069, Dosen Pembimbing Bapak Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Penelitian ini latar belakangnya oleh implementasi bauran pemasaran pada suatu perusahaan, kenyataannya bukan suatu hal yang mudah sebab strategi bauran pemasaran merupakan suatu alat atau teknik untuk mencapai tujuan bagi sebuah perusahaan yang berkaitan dengan berbagai faktor. Strategi bauran pemasaran meliputi strategi pemasaran produk, strategi pemasaran harga, strategi promosi dan strategi tempat. Begitu pula dengan Sumber Gemilang Nursery salah satu perusahaan di Tulungagung yang bergerak dibidang penjualan tanaman hias memiliki strategi bauran pemasaran untuk mencapai target dalam usahanya.

Fokus penelitian ini adalah 1) Bagaimana strategi pemasaran produk (*product*) dalam meningkatkan volume penjualan pada Sumber Gemilang Nursery menurut perspektif manajemen bisnis syariah, 2) Bagaimana strategi pemasaran harga (*price*) dalam meningkatkan volume penjualan pada Sumber Gemilang Nursery menurut perspektif manajemen bisnis syariah, 3) Bagaimana strategi pemasaran tempat (*place*) dalam meningkatkan volume penjualan pada Sumber Gemilang Nursery menurut perspektif manajemen bisnis syariah 4) Bagaimana strategi pemasaran promosi (*promotion*) dalam meningkatkan volume penjualan pada Sumber Gemilang Nursery menurut perspektif manajemen bisnis syariah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif jenis deskriptif. Sumber data yang diperoleh adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Strategi harga yang ditetapkan sangat bervariasi dan juga tetap memperhatikan kondisi dan kualitas produknya. Strategi tempat yang dipilih juga cukup strategis dekat dengan kerumunan warga, perkantoran, instansi, dan juga pasar. Untuk strategi promosi dilakukan secara internal maupun eksternal. Pemasaran internal dilakukan di dalam kebun dengan memasang display tanaman yang akan dijual kepada pengunjung atau tamu yang datang. Sedangkan pemasaran eksternal dilakukan dengan bantuan kemitraan bisnis secara formal, dan memanfaatkan fasilitas media elektronik internet seperti Facebook, whatsapp, shoppe dan youtube dengan hal tersebut mampu meningkatkan jumlah penjualan pada Sumber Gemilang Nursery.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Volume Penjualan, fungsi manajemen

ABSTRACT

Thesis with the title "Implementation of the Marketing Mix to Increase Sales Volume of Ornamental Plants of Sumber Gemilang Nursery Tulungagung According to the Perspective of Sharia Business Management" written by Atik Mubaroroh NIM. 12405183069, Advisor Mr. Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

This research is motivated by the implementation of the marketing mix in a company, in fact, it is not an easy thing because the marketing mix strategy is a tool or technique to achieve goals for a company that is related to various factors. Marketing mix strategy includes product marketing strategy, price marketing strategy, promotion strategy, and place strategy. Likewise Sumber Gemilang Nursery, one of the companies in Tulungagung that engaged in the sale of ornamental plants has a marketing mix strategy to achieve the target in their business.

The focus of this research were 1) How is the product marketing strategy in increasing sales volume at Sumber Gemilang Nursery according to the sharia business management perspective, 2) How is the price marketing strategy in increasing sales volume at Sumber Gemilang Nursery according to the sharia business management perspective, 3) How is the place marketing strategy in increasing sales volume at Sumber Gemilang Nursery according to the sharia business management perspective. 4) How is the promotion marketing strategy in increasing sales volume at Sumber Gemilang Nursery according to the sharia business management perspective.

This research used a descriptive type of qualitative approach. The data source obtained were primary data and secondary data. The data collection techniques were observation, interviews, and documentation. The data analysis technique used data reduction, data presentation, and conclusion drawing.

The strategy of pricing set also varies and also observing the condition and quality of the product. The strategy of the place chosen is also strategically close to the crowd of residents, offices, agencies, and also the market. The promotion strategy is carried out internally and externally. Internal marketing is carried out in the garden by installing displays of plants that will be sold to visitors or guests who come. Meanwhile, external marketing is carried out with the help of formal business partnerships and utilizes internet electronic media facilities such as Facebook, WhatsApp, Shoppe, and YouTube with it being able to increase the number of sales at Sumber Gemilang Nursery.

Keywords: Marketing Mix, Sales Volume, Management function