

## ABSTRAK

Skripsi ini dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Beton Di UD Mandiri Beton Di Desa Sumberagung Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung” yang ditulis oleh Risma Oetari Nur Biyantari, NIM. 12405183212, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing Dr. Kutbuddin Aibak, S.Ag., M.H.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya usaha batu beton yang masih mempunyai potensi tinggi sampai saat ini. UD Mandiri Beton merupakan usaha beton yang terletak di Desa Sumberagung, Kecamatan Rejotangan, Kabupaten Tulungagung. Usaha tersebut terus berkembang hingga saat ini ditengah banyaknya para pesaing yang akhirnya membuat pemilik memiliki strategi tersendiri dalam menjalankan usahanya. Salah satu strateginya adalah strategi pemasaran untuk mengenalkan produk yang dihasilkan kepada khalayak ramai diluar sana yang diharapkan bisa mempengaruhi konsumen supaya tertarik dan kemudian membeli produknya sehingga bisa meningkatkan volume penjualan. Volume penjualan sendiri yang menjadi tolak ukur kesuksesan berjalannya suatu bisnis.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) Strategi pemasaran yang digunakan dalam meningkatkan volume penjualan pada usaha batu beton Ud Mandiri Beton di Desa Sumberagung, Kecamatan Rejotangan, Kabupaten Tulungagung. 2) Dampak dari penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada usaha beton di UD Mandiri Beton di Desa Sumberagung, Kecamatan Rejotangan, Kabupaten Tulungagung. 3) Kendala dan solusi dalam proses pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan pada usaha beton Ud Mandiri Beton di Desa Sumberagung, Kecamatan Rejotangan, Kabupaten Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan jenis penelitian (*field research*). Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik pengecekan keabsahan datanya yaitu uji kredibilitas dengan memperpanjang waktu ikutsertaan, triangulasi terdiri dari triangulasi sumber data, metode dan teori.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan yang diterapkan oleh Ud Mandiri Beton yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran 4P yang terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi. 2) Dampak positif dan negatifnya adalah produk yang dihasilkan semakin dikenal banyak orang dan banyaknya pemasaran seringkali menghambat pengiriman sehingga mendapat complain dari konsumen. 3) Kendala penerapan strategi pemasaran diantaranya kendala internal yakni kurangnya alat produksi ketika banyaknya pesanan mengakibatkan pengiriman tertunda, solusinya memberi penjelasan kepada konsumen dan akan mengirim barang sebagian hari ini, untuk sisanya di kemudian hari. Kendala eksternalnya yaitu sulitnya mencari bahan baku pasir ditambang pasir disungai dan solusinya akan membeli pasir dari galangan.

**Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Volume Penjualan, UD Mandiri Beton**

## ABSTRACT

*This thesis is entitled "Marketing Strategies in Increasing Sales Volume in Concrete Business at UD Mandiri Beton in Sumberagung Village, Rejotangan District, Tulungagung Regency" written by Risma Oetari Nur Biyantari, NIM. 12405183212, Sharia Business Management Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, Supervisor Dr. Kutbuddin Aibak, S.Ag., M.H.I. This research is motivated by the existence of a concrete stone business that still has high potential today. UD Mandiri Beton is a concrete business located in Sumberagung Village, Tulungagung Regency. The business continues to grow until now amid the large number of competitors which finally makes the owner have his own strategy in running his business. One of the strategies is a marketing strategy to introduce the resulting product to the general public out there which is expected to influence consumers to be interested and then buy the product so that it can increase sales volume. Sales volume itself is the benchmark for the success of running a business.*

*This study aims to 1) Marketing strategy used in increasing sales volume in the UD Mandiri Beton concrete stone business in Sumberagung Village, Rejotangan District, Tulungagung Regency. 2) Impact of implementing a marketing strategy in increasing sales volume in the concrete business at UD Mandiri Beton in Sumberagung Village, Rejotangan District, Tulungagung Regency. 3) Obstacles and solutions in the marketing process to increase sales volume in the UD Mandiri Beton concrete business in Sumberagung Village, Rejotangan District, Tulungagung Regency.*

*This research uses qualitative descriptive methods with the type of research (field research). Data collection techniques, observation, in-depth interviews and documentation. The technique of checking the validity of the data is a credibility test by extending the participation time, triangulation consists of triangulation of data sources, methods and theories.*

*The results of this study show that 1) Marketing strategies in increasing sales volume implemented by UD Mandiri Beton, namely by using a 4P marketing mix consisting of products, prices, places and promotions, 2) the positive and negative impact is that the product produce dare increasingly known to many people and the amount of marketing often hinders delivery so that it gets complaints from consumers, 3) Obstacles to implement marketing strategies include internal constraints, namely the lack of production tools when a large number of orders result in delayed delivery, the solution provides an explanation to consumers and will send good spartly today for the rest in the future. The external obstacle it is difficult to find raw materials for sand mined sand in the river and the solution will be to buy sand from the ship yard.*

**Keywords: Marketing Strategy, Sales Volume, UD Mandiri Beton**