

ABSTRACT

Thesis with the title "Marketing Mix Strategy in Increasing Sales Volume in UD Banana Chips Business. Lasting Perspective of Sharia Business Management" was written by Fiqri Irvandani, NIM. 12405193239, with Supervisor Syamsul Umam, S.H.I., M.H.

Marketing strategy is an important factor in facing intense competition and can increase sales volume. The objectives of this study are 1) To analyze and describe the marketing mix strategy used by the UD banana chip business. Lasting in increasing sales volume. 2) To find out how the marketing mix strategy is to increase sales volume at UD. Lasting is reviewed from the perspective of sharia business management.

This study uses a qualitative approach with a case study type of research. Sources of data obtained are primary data and secondary data. Data collection techniques with interviews, observation and documentation. Data analysis techniques use data condensation, data presentation and conclusion.

The results of this study are: (1) The marketing mix strategy used by the UD banana chip business. Lasting in an effort to increase sales volume, namely the 4P marketing mix strategy which includes product strategy, price strategy, place strategy, and promotion strategy. In the aspect of product strategy UD. Langgeng uses product positioning strategies, product repositioning, product design and new products, in the aspect of UD's pricing strategy. Langgeng uses a multiple pricing and price line strategy. In the aspect of place strategy or distribution channel UD. Langgeng uses intensive and selective distribution strategies. And in the aspect of promotion strategy UD. Langgeng uses advertising, personal selling, and sales promotion strategies. (2) The marketing mix strategy used by UD. Langgeng has been able to have an impact on increasing sales volume. This is proven by the addition and increase in the number of sales turnover of UD. Lasting for the last three years. (3) Sharia business management principles used by UD's banana chip business. Lasting, among others, namely Siddiq (honesty or truth), Amanah (trustworthy), Fathanah (intelligent), Tabligh (communicative).

Keywords : *Marketing Mix, Sales Volume, Sharia Business Management*

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Keripik Pisang UD. Langgeng Perspektif Manajemen Bisnis Syariah” ini ditulis oleh Fiqri Irvandani, NIM. 12405193239, dengan Pembimbing Syamsul Umam, S.H.I., M.H.

Strategi pemasaran merupakan faktor penting dalam menghadapi ketatnya persaingan serta dapat meningkatkan volume penjualan. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu 1) Untuk menganalisis serta mendeskripsikan strategi bauran pemasaran yang di gunakan oleh usaha keripik pisang UD. Langgeng dalam meningkatkan volume penjualan. 2) Untuk mengetahui bagaimana strategi bauran pemasaran terhadap peningkatan volume penjualan pada UD. Langgeng di tinjau dari perspektif manajemen bisnis syariah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Sumber data yang di peroleh adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini adalah: (1) Strategi bauran pemasaran yang digunakan oleh usaha keripik pisang UD. Langgeng dalam upaya meningkatkan volume penjualan yaitu strategi bauran pemasaran 4P yang meliputi strategi *product*, strategi *price*, strategi *place*, dan strategi *promotion*. Dalam aspek strategi produk UD. Langgeng menggunakan strategi *positioning product*, *repositioning product*, desain produk dan produk baru, dalam aspek strategi harga UD. Langgeng menggunakan strategi *multiple pricing* dan *price lini*. Dalam aspek strategi *place* atau saluran distribusi UD. Langgeng menggunakan strategi distribusi intensif dan selektif. Dan dalam aspek strategi *promotion* UD. Langgeng menggunakan strategi *advertising*, *personal selling*, dan *sales promotion*. (2) Strategi bauran pemasaran yang digunakan UD. Langgeng sudah mampu memberikan dampak pada peningkatan volume penjualan. Hal tersebut terbukti dengan penambahan dan peningkatan jumlah omset penjualan UD. Langgeng selama tiga tahun terakhir. (3) Prinsip manajemen bisnis syariah yang digunakan oleh usaha keripik pisang UD. Langgeng antara lain yaitu *Shiddiq* (kejujuran atau kebenaran), *Amanah* (dapat dipercaya), *Fathanah* (cerdas), *Tabligh* (Komunikatif).

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Volume Penjualan, Manajemen Bisnis Syariah