

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Output Penjualan (Studi Kasus Di PT Wisma Abadi Gemilang Ngunut Tulungagung)” ditulis oleh Ahmad Ni’amul Anwar, NIM.12402193041. Pembimbing, Dr. Muhammad Aswad, M.A.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh strategi yang diterapkan PT Wisma Abadi Gemilang Ngunut Tulungagung untuk memenangkan pangsa pasar adalah suatu hal penting yang perlu diperhatikan dalam menawarkan produk dan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Agar tetap mampu bersaing dengan produsen lain, beberapa hal yang perlu diperhatikan adalah mulai dari kualitas produk termasuk dalam pemilihan bahan baku sampai dengan harga jual.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu (1) Bagaimana Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Output Penjualan Di PT Wisma Abadi Gemilang Ngunut Tulungagung? (2) Bagaimana Bauran Pemasaran Dalam Penjualan Di PT Wisma Abadi Gemilang Ngunut Tulungagung Menurut Etika Bisnis Islam? (3) Apa Saja Kendala Yang Terjadi Dalam Bauran Pemasaran PT Wisma Abadi Gemilang Ngunut Tulungagung Dalam Penjualan?. Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian studi kasus. Metode pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis bauran pemasaran dalam meningkatkan output penjualan Di PT Wisma Abadi Gemilang adalah dengan bauran pemasaran *Promotion* dengan Strategi pemasaran yang memanfaatkan medsos dan juga website untuk iklan dan juga menggunakan tim untuk terjun langsung ke lapangan dengan mencari agen baru. analisis bauran pemasaran dalam meningkatkan output penjualan Di PT Wisma Abadi Gemilang menurut Etika Bisnis Islam yaitu persaingan sehat yang mana tidak menjatuhkan pihak lain atau produk lain. Akan tetapi PT Wisma Abadi Gemilang menjamin produk yang dijualnya adalah produk berkualitas. Kendala yang dihadapi oleh PT Wisma Abadi Gemilang adalah langkanya bahan baku, mesin sering mati dan persaingan harga dengan produk lain.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Output Penjualan, Strategi.

ABSTRAC

Thesis with the title " Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Output Penjualan (Studi Kasus Di PT Wisma Abadi Gemilang Ngunut Tulungagung)" was written by Ahmad Ni'amul Anwar, NIM.12402193041. Advisor, Dr. Muhammad Aswad, M.A.

This research is motivated by the strategy implemented by PT Wisma Abadi Gemilang Ngunut Tulungagung to win market share is an important thing that needs to be considered in offering products and providing good service to consumers. In order to remain competitive with other manufacturers, several things need to be considered, starting from product quality, including the selection of raw materials to the selling price.

The formulation of the problem in this study is (1) How is the Marketing Mix Strategy in Increasing Sales Output at PT Wisma Abadi Gemilang Ngunut Tulungagung? (2) What is the marketing mix in sales at PT Wisma Abadi Gemilang Ngunut Tulungagung according to Islamic business ethics? (3) What are the constraints that occur in PT Wisma Abadi Gemilang Ngunut Tulungagung's marketing mix in sales? This research approach is a qualitative approach, with the type of case study research. Methods of data collection by interviews, observation, and documentation.

The results of this study indicate that the analysis of the marketing mix in increasing sales output at PT Wisma Abadi Gemilang is the Promotion marketing mix with a marketing strategy that utilizes social media and websites for advertising and also uses a team to go directly to the field by looking for new agents. analysis of the marketing mix in increasing sales output at PT Wisma Abadi Gemilang according to Islamic Business Ethics, namely fair competition which does not bring down other parties or other products. However, PT Wisma Abadi Gemilang guarantees that the products it sells are quality products. The obstacles faced by PT Wisma Abadi Gemilang are the scarcity of raw materials, frequent engine shutdowns and price competition with other products.

Keywords: Marketing Mix, Sales Output, Strategy.