

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Usaha Ban Vulkanisir (Studi Pada Ud. Sumber Agung Serut Boyolangu Tulungagung)” ini ditulis oleh Abdul Chafidz Sirodj NIM. 1240513211, Pembimbing Dra. Hj. Umy Zahroh, M.Kes., Ph.D. NIP.196907192000032002.

UD Sumber Agung merupakan usaha yang bergerak di bidang industry ban vulkanisir. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan strategi marketing mix yang digunakan oleh UD Sumber Agung serta hasil dari penerapannya. Fokus penelitian ini adalah 1) Bagaimana Strategi Marketing Mix yang digunakan oleh UD Sumber Agung dalam meningkatkan omzet penjualannya? 2) Bagaimana hasil penerapan strategi Marketing Mix yang digunakan oleh UD Sumber Agung dalam meningkatkan omzet penjualannya?

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data-data yang telah diperoleh dari UD Sumber Agung selanjutnya akan dideskripsikan secara terperinci dan sesuai keadaan yang terjadi di lapangan, untuk kemudian dibandingkan dengan teori yang sudah ada. teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode milles and hubberman, sedangkan pengecekan keabsahan dalam penelitian ini menggunakan triangulasi data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Strategi marketing mix yang digunakan oleh UD Sumber Agung adalah memastikan kualitas produk, potongan harga, promosi dengan media sosial dan penawaran kerja sama, penyatuan tempat produksi dan pemasaran, proses penjualan yang mudah dan sederhana, pengayoman tenaga kerja dan pemberian insentif bagi yang turut menjualkan produk, memperlihatkan proses dan hasil produksi di lokasi produksi kepada calon pembeli. 2) Hasil penerapan strategi marketing mix di UD Sumber Agung membuahkan hasil yakni penggunaan kualitas bahan dan hasil produksi memberikan loyalitas kepada pelanggan, potongan harga memberikan kepuasan, promosi media sosial dan penawaran kerja sama memberikan sumbangan penjualan hingga kelas perusahaan, tempat yang menjadi satu mempermudah proses bisnis dan mempermudah akses bagi pembeli, proses jual beli yang sederhana memudahkan pembeli, pengayoman dan insentif memberikan hasil loyalitas pekerja dan penghasilan tambahan bagi pekerja, memperlihatkan proses dan hasil produksi memberikan keyakinan pada konsumen.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Omzet Penjualan, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

The thesis entitled "Marketing Mix Strategy in Increasing Sales Turnover in Retreaded Tire Business (Study on Ud. Sumber Agung Serut Boyolangu Tulungagung)" was written by Abdul Chafidz Sirodj NIM. 1240513211, Advisor Dra. Hj. Umy Zahroh, M.Kes., Ph.D. NIP.196907192000032002.

UD Sumber Agung is a business engaged in the retreaded tire industry. The purpose of this study is to reveal the marketing mix strategy used by UD Sumber Agung and the results of its implementation. The focus of this research is 1) How is the Marketing Mix Strategy used by UD Sumber Agung in increasing its sales turnover? 2) What are the results of implementing the Marketing Mix strategy used by UD Sumber Agung in increasing its sales turnover?

This research is a type of qualitative research with a descriptive approach. The data that has been obtained from UD Sumber Agung will then be described in detail and according to the conditions that occur in the field, to then be compared with the existing theory. data collection techniques in this study are observation, interviews and documentation. Data analysis techniques in this study used the Milles and Hubberman method, while checking the validity of this study used data triangulation.

The results of this study indicate that 1) The marketing mix strategy used by UD Sumber Agung is ensuring product quality, price discounts, promotions with social media and cooperation offers, unification of production and marketing places, easy and simple sales processes, protection of the workforce and provision of incentives for those who participate in selling the product, showing the process and results of production at the production site to prospective buyers. 2) The results of implementing the marketing mix strategy at UD Sumber Agung produced results, namely the use of quality materials and production results gave loyalty to customers, price discounts gave satisfaction, social media promotions and cooperation offers contributed sales to company class, a place that became one made the process easier business and facilitate access for buyers, a simple buying and selling process makes it easy for buyers, protection and incentives result in employee loyalty and additional income for workers, showing the process and results of production gives confidence to consumers.

Keywords: *Marketing Strategy, Marketing Mix, Sales Turnover*