ABSTRAK

Skripsi ini berjudul "Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Melalui *Marketplace* Facebook Dalam Meningkatkan Penjualan di UD. Bintang Antik Sejahtera Tulungagung" yang ditulis oleh Nica Sadiya, NIM. 126405202192, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing Syamsul Umam, S.H.I., M.H.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya peningkatan penjualan yang cukup signifikan dari perubahan sistem *marketing* offline ke online di Bintang Antik Sejahtera Tulungagung. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi efektivitas strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan visibilitas produk, menarik pelanggan potensial, dan akhirnya meningkatkan penjualan perusahaan tersebut. Peneliti merumuskan masalah sebagai berikut: 1) Bagaimana strategi pemaasaran UD. Bintang Antik Sejahtera melalui marketplace facebook, 2) Bagaimana dampak yang ditimbulkan terhadap penjualan, 3) Bagaimana kendala dalam penerapan strategi tersebut.

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif berbentuk deskriptif dengan jenis penelitian studi lapangan (*field research*), dengan data primer berupa hasil observasi, wawancara, dokumentasi, dan data sekunder berupa referensi buku, jurnal, website, dan sumber lainnya. Teknik analisis yang digunakan adalah kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian di UD. Bintang Antik Sejahtera Tulungagung menerapkan strategi pemasaran yang menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P dalam meningkatkan penjualan.

1) Dalam segi *product* perusahaan ini lebih mengoptimalkan kualitas, ketahanan, pelayanan dan estetika pengembangan inovasi produk. Dalam segi *price* atau harga, disesuaikan dengan kualitas dan manfaat, keterjangkauan harga, dan memperkuat daya saing dengan kompetitor . Untuk *place* sebagai tempat atau saluran distribusi, perusahaan memberikan tempat yang mudah dijangkau dan penyaluran distribusi yang dijamin keamanannya dengan berbagai saluran distribusi. Untuk *promotion* pada perusahaan ini menggunakan metode online salah satunya melalui marketplace facebook.
2) Dengan penggunaan strategi tersebut berdasarkan data hasil penjualan, perusahaan mengalami peningkatan penjualan selama beberapa tahun terakhir.
3) Adapaun kendala internal yang terjadi pada masalah packing produk, kerusakan mesin produksi, kinerja karyawan, dan masalah di bidang promosi seperti pembuatan fitur *marketplace* facebook yang semakin sulit, dan rawannya banned akun facebook. Sedangkan kendala eksternal yang terjadi seperti halnya masalah cuaca, ketelatan distribusi bahan baku, dan terbatasnya pihak ekspedisi.

Kata Kunci: strategi, bauran pemasaran, marketplace, facebook, penjualan

ABSTRACT

This thesis is entitled "The Application of Marketing Mix Through Facebook Marketplace in Increasing Sales at UD. Bintang Antik Sejahtera Tulungagung" written by Nica Sadiya, NIM. 126405202192, Sharia Business Management Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, Supervisor Syamsul Umam, S.H.I., M.H.

This research was motivated by a significant increase in sales at Bintang Antik Sejahtera Tulungagung. The existence of this study aims to explore the effectiveness of marketing mix strategies in increasing product visibility, attracting potential customers, and ultimately increasing the company's sales. The researcher formulated the following problems: 1) How is the UD marketing strategy. Bintang Antik Sejahtera through the facebook marketplace, 2) What is the impact on sales, 3) What are the obstacles in the implementation of the strategy.

This research approach is a qualitative approach in the form of a descriptive form with the type of field research, with primary data in the form of observations, interviews, documentation, and secondary data in the form of reference books, journals, websites, and other sources. The analysis techniques used are data condensation, data presentation and conclusion drawn.

The results of the research at UD. Bintang Antik Sejahtera Tulungagung implements a marketing strategy that uses a 4P marketing mix strategy in increasing sales.

1) *1) In terms of company products i1) In terms of products, this company further optimizes quality, durability, service and aesthetics of product innovation development. In terms of price or price, it is adjusted to quality and benefits, price affordability, and strengthens competitiveness with competitors. For places as places or distribution channels, the company provides an easy-to-reach place and distribution that is guaranteed safety with various distribution channels. For promotion in this company, online methods are used, one of which is through the facebook marketplace.*
2) *With the use of the strategy based on sales result data, the company has experienced an increase in sales over the past few years.*
3) *There are internal obstacles that occur in product packing problems, production machine damage, employee performance, and problems in the field of promotion such as making Facebook marketplace features that are increasingly difficult, and prone to banning Facebook accounts. . Meanwhile, external obstacles that occur such as weather problems, slow distribution of raw materials, and limited expedition parties.*

Keywords: strategy, marketing mix, marketplace, Facebook, sales