

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan Di Konveksi Rizquna” yang ditulis oleh M. Fariz Sulistiyo, NIM 12402173479 , Jurusan Ekonomi Syari’ah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, pembimbing

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh hasil laporan keuangan dari Konveksi Rizquna dapat diketahui bahwa setiap tahunnya mendapatkan peningkatan pendapatan, meskipun adanya musim pandemic covid 19 pada tahun 2019 – 2021. Pada tahun 2018 mendapatkan total pendapatan kotor sebanyak 700 juta rupiah, selanjutnya pada tahun 2019 meningkat sebanyak 50 juta menjadi 750 juta rupiah, sedangkan pada tahun 2020 menjadi 800 juta rupiah. Peningkatan yang signifikan terjadi pada tahun 2021 hingga awal 2022 omset pendapatan mencapai 1 milyar dalam satu tahun.

Tujuan penelitian pada penulisan skripsi ini adalah (1) untuk menganalisis strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan pendapatan di Konveksi Rizquna Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung. (2) untuk menganalisis kendala dan solusi dalam menerapkan strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan pendapatan di Konveksi Rizquna Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung (3) Untuk menganalisis perubahan pendapatan dengan strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan pendapatan di Konveksi Rizquna Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan model penelitian lapangan sedangkan sumber data yang diperoleh dari hasil pengamatan observasi, wawancara serta dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Sedangkan teknis pengecekan keabsahan data dengan menggunakan triangulasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan Konveksi Rizquna berupa lokasi, produk, harga, dan promosi. Konveksi Rizquna mempertimbangkan Bali sebagai tempat pemasaran karena akses menuju Bali lebih mudah, kedepannya dapat dilakukan ekspansi pada toko-toko di Bali, lingkungan Bali sangat cocok karena banyak wisatawan asing yang berdatangan dan jarak antar pasar dekat. Konveksi Rizquna selalu berinovasi terhadap produk yang dijual, sehingga tidak ketinggalan jaman dan tetap berada di masyarakat. Konveksi Rizquna dalam meningkatkan pendapatan dilakukan dengan memberikan harga yang sesuai dengan kualitas barang yang ada. Promosi yang dilakukan konveksi Rizquna dengan memberikan potongan harga dan cashback. Kendala dan solusi dalam strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan pendapatan menggunakan konsep *rabbaniyah*, *ahlaqiyyah*, dan *insaniyyah*. Dengan menggunakan strategi tersebut Konveksi Rizquna dapat meningkatkan pendapatan pertahun minimal 10% maksimal dapat mencapai 50%.

Kata kunci: strategi bauran pemasaran, Pendapatan, Konveksi Rizquna

ABSTRACT

Thesis with the title "Marketing Mix Strategy in Increasing Income at Rizquna Convection " written by M. Fariz Sulistiyo, NIM 12402173479 , Department of Sharia Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, Tulungagung State Islamic Institute, supervisor

This research is motivated by the results of financial reports from Rizquna Convection, it can be seen that every year it gets an increase in income, despite the Covid 19 pandemic season in 2019 - 2021. In 2018 it got a total gross income of 700 million rupiah, then in 2019 it increased by 50 million to 750 million rupiah, while in 2020 it will be 800 million rupiah. A significant increase occurred in 2021 until early 2022, revenue turnover reached 1 billion in one year.

The research objectives in writing this thesis are (1) to analyze marketing mix strategies in increasing income at the Rizquna Convection, Kauman District, Tulungagung Regency. (2) to analyze obstacles and solutions in implementing marketing mix strategies in increasing income at Rizquna Convection, Kauman District, Tulungagung Regency (3) To analyze changes in income using marketing mix strategies in increasing income at Rizquna Convection, Kauman District, Tulungagung Regency. In this research, researchers using qualitative methods with a field research model while the data sources were obtained from observations, interviews and documentation. Data analysis techniques are carried out by data reduction, data presentation and conclusions. Meanwhile, technically checking the validity of the data uses triangulation.

The results of this research show that the strategies used by Konveski Rizquna are location, product, price and promotion. Rizquna Konveksi considers Bali as a marketing place because access to Bali is easier, in the future it can expand its shops in Bali, the Bali environment is very suitable because many foreign tourists come and the distance between markets is close. Rizquna Konveksi always innovates the products it sells, so that they are not outdated and remain in the community. Rizquna Convection increases income by providing prices that are in accordance with the quality of existing goods. Promotions carried out by Rizquna convection by providing discounts and cashback. Constraints and solutions in the marketing mix strategy to increase income using the concepts of rabbaniyah, ahlaqiyyah and insaniyyah. By using this strategy Rizquna Convection can increase annual income by a minimum of 10%, a maximum of 50%.

Keywords: marketing mix strategy, Revenue, Rizquna Convection