

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul "Strategi Pemasaran Pelaku Usaha Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di PAGO Creative Space Tulungagung " ditulis oleh Faisal Muchlis, NIM 12405183114, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M. Ag.

Tingginya persaingan dalam dunia usaha menjadi hal yang sangat riskan bagi pelaku usaha, strategi pemasaran yang tepat dan baik sangat diperlukan oleh sebuah perusahaan untuk mempengaruhi keputusan pembelian agar dapat menciptakan tujuan sebuah perusahaan. Dengan pemasaran yang baik, kebutuhan dan keinginan konsumen akan terpenuhi sehingga menciptakan keberhasilan suatu perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Salah satu strategi yang digunakan oleh perusahaan yaitu menggunakan marketing mix atau bauran pemasaran.

Seperti yang dilakukan PAGO Creative Space Tulungagung strategi yang digunakan yaitu bauran pemasaran 7P yang meliputi produk, harga, promosi, tempat, Sumber Daya Manusia (SDM), proses, dan bukti fisik. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sumber data yang diperoleh adalah data primer. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yaitu dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil dari analisis penerapan 7P pada PAGO Creative Space Tulungagung menunjukkan bahwa produk, harga, tempat, promosi, sumber daya manusia, proses, dan bukti fisik memberikan dampak positif bagi PAGO Creative Space Tulungagung. Adanya hambatan yang dihadapi dapat diselesaikan dengan solusi yang diterapkan oleh PAGO Creative Space Tulungagung. Diketahui bahwa usaha ini dapat berkembang dan volume penjualan meningkat dan efektif dengan penggunaan bauran pemasaran.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Volume Penjualan

ABSTRACT

Thesis entitled "Marketing Strategies for Business Actors to Increase Sales Volume at PAGO Creative Space Tulungagung" was written by Faisal Muchlis, NIM 12405183114, Faculty of Economics and Islamic Business, Department of Sharia Business Management, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, Supervisor Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M. Ag.

The high competition in the bussines world is very risky thing for bussinesman, a company needs an appropriate and good marketing strategy to influence purchasing decisions in order to achieve company goals. With good marketing, consumer needs and desires will be met, thereby creating a successful company in making a profit. One of the strategies used by companies is using a marketing mix.

As carried out by PAGO Creative Space Tulungagung, the strategy used is the 7P marketing mix which includes product, price, promotion, place, Human Resources (HR), process and physical evidence. This research uses qualitative research with a descriptive approach. The source of data obtained is primary data. Data collection techniques using observation, interviews and documentation. The data analysis techniques are data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions. The results of the analysis of the implementation of 7P at PAGO Creative Space Tulungagung show that product, price, place, promotion, human resources, process and physical evidence have a positive impact on PAGO Creative Space Tulungagung. The obstacles faced can be resolved with solutions implemented by PAGO Creative Space Tulungagung. It is known that this business can develop and sales volume increases and is effective with the use of the marketing mix.

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