

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Implementasi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Konveksi PT Miatex di Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung” ditulis oleh Zein Adin, NIM 126405212166, Jurusan Bisnis dan Manajemen, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Dosen Pembimbing Ayuk Wahdanfiari Adibah, M.H.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Volume Penjualan

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya persaingan yang ketat dimana produk mudah ditiru oleh kompetitor baik dari segi desain maupun kualitas. Dalam kondisi ini, pelaku usaha seperti pemilik konveksi PT Miatex perlu menentukan strategi yang tepat untuk upaya menarik minat konsumen. Konveksi PT Miatex menerapkan strategi bauran pemasaran 7P yang meliputi *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence* untuk mencapai target penjualan.

Fokus penelitian dalam skripsi ini yaitu: Bagaimana strategi bauran pemasaran pada konveksi PT Miatex di Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung?. Bagaimana peningkatan volume penjualan pada konveksi PT Miatex di Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung?. Bagaimana implementasi strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada konveksi PT Miatex di Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung?.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data Primer dikumpulkan langsung oleh peneliti melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha, karyawan dan konsumen, sedangkan data sekunder dikumpulkan secara tidak langsung berupa catatan perusahaan seperti laporan keuangan. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini bahwa konveksi PT Miatex menggunakan strategi bauran pemasaran 7P (*product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence*) dengan baik. Volume penjualan mengalami peningkatan menjelang akhir tahun dengan puncaknya pada bulan November, dengan kaos singlet terjual sebanyak 1.720 dosin dan sebanyak 160 dosin. Implementasi strategi bauran pemasaran 7P (*product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence*) pada konveksi PT Miatex menunjukkan bahwa yang berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan adalah 3P, yaitu *product*, *price* dan *people*.

ABSTRACT

The thesis with the title "Implementation of Marketing Mix in Increasing Sales Volume at PT Miatex Convection in Moyoketen Village, Boyolangu District, Tulungagung Regency" was written by Zein Adin, NIM 126405212166, Business and Management Department, Sharia Business Management Study Program, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University of Tulungagung, Supervisor Ayuk Wahdanfiari Adibah, M.H.

Keywords: Marketing Strategy, Marketing Mix, Sales Volume

This research is motivated by the existence of tight competition where products are easily imitated by competitors both in terms of design and quality. In this condition, business actors such as the owner of PT Miatex convection need to determine the right strategy to attract consumer interest. PT Miatex Convection applies the 7P marketing mix strategy which includes product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence to achieve sales targets.

Research focus in this thesis are: How is the marketing mix strategy at PT Miatex convection in Moyoketen Village, Boyolangu District, Tulungagung Regency?. How to increase sales volume at PT Miatex convection in Moyoketen Village, Boyolangu District, Tulungagung Regency?. How is the implementation of the marketing mix strategy in increasing sales volume at PT Miatex convection in Moyoketen Village, Boyolangu District, Tulungagung Regency?.

This study uses a research method with a qualitative approach. This type of research is descriptive research. The data in this study are primary data and secondary data. Primary data was collected directly by researchers through direct interviews with business owners, employees and consumers, while secondary data was collected indirectly in the form of company records such as financial reports and production reports. Data collection techniques through observation, interviews and documentation. Data analysis techniques use data reduction, data presentation and drawing conclusions.

The results of this study show that PT Miatex convection uses the 7P marketing mix strategy (product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence) well. Sales volume increased towards the end of the year with a peak in November, with singlets sold as many as 1,720 and 160. The implementation of the 7P marketing mix strategy (product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence) at PT Miatex convection shows that the factors that influence the increase in sales volume are 3P, namely product, price and people.