

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UD. Tirta Samudra Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek” ini ditulis oleh Muhammad Hayyin Subkhi NIM: 12405183272, pembimbing Dr. Ali Mauludi. AC, MA.

Latar belakang penelitian ini yaitu banyaknya pengusaha pemindangan yang ada di Watulimo menimbulkan persaingan yang besar. Tidak sedikit pengusaha pemindangan yang tutup karena penjualan terus menurun. Dalam usaha Pemindangan dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat untuk memaksimalkan setiap peluang, sehingga menuntut pemilik usaha menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Salah satu strategi pemasaran yang tepat yaitu bauran pemasaran 7P untuk meningkatkan volume penjualan.

Tujuan penelitian ini: 1) Untuk mendiskripsikan strategi 7P dalam meningkatkan volume penjualan yang dilakukan oleh UD. Tirta Samudra. 2) Untuk mendiskripsikan kendala dan solusi penerapan strategi 7P dalam meningkatkan volume penjualan yang dilakukan oleh UD. Tirta Samudra, dan 3) Untuk mendeskripsikan perubahan setelah menerapkan strategi 7P dalam meningkatkan volume penjualan yang dilakukan oleh UD. Tirta Samudra.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan untuk teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. selanjutnya untuk pengecekan keabsahan data peneliti menggunakan; perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan dalam penelitian serta triangulasi.

Hasil penelitian ini yaitu: Strategi pemasaran syariah dalam meningkatkan volume penjualan oleh UD. Tirta Samudra ialah bauran pemasaran 7P yang terdiri dari *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence*. Produk yang dijual bervariasi dan mengutamakan kualitas produk. Harga yang ditetapkan cukup terjangkau. Tempatnya sangat strategis dan jangkauan distribusi sampai luar kota. Promosi yang dilakukan masih kurang maksimal di media sosial. Proses penyajian produk dilakukan dengan rapi dan bersih. Bukti fisik peralatan dalam produksi maupun fasilitas untuk karyawan sudah lengkap.

Kendala yang dihadapi oleh UD. Tirta Samudra yaitu: harga bahan baku atau pokok naik, promosi melalui media sosial belum maksimal, dan faktor cuaca atau musim. Solusi yang dilakukan oleh pihak UD. Tirta Samudra untuk menghadapi kendala yang terjadi yaitu: Melakukan efisiensi dengan mengurangi porsi produk yang dijual dengan catatan kualitas dan harga produk tetap sama, dalam hal promosi pemilik, pengelola dan karyawan masih belajar cara mengoperasikan media sosial, dan pada kendala musim, pemilik mengantisipasi dengan cara memproduksi pindang jenis tergantung musim ikan. Perubahan atau dampak dari penerapan strategi bauran pemasaran 7P yang dilakukan oleh pihak UD. Tirta Samudra berhasil meningkatkan volume penjualan pada empat bulan terakhir.

Kata kunci: *Strategi Pemasaran Syariah, Bauran Pemasaran, Volume Penjualan.*

ABSTRACT

Thesis entitled "Sharia Marketing Strategy in Increasing Sales Volume at UD. Tirta Samudra Watulimo District, Trenggalek Regency" was written by Muhammad Hayyin Subkhi NIM: 12405183272, supervisor of Dr. Ali Mauludi AC, MA.

The background of this research is that the number of mindless entrepreneurs in Watulimo causes great competition. Not a few mindless entrepreneurs are closing because sales continue to decline. In the business of Pemindangan, the right marketing strategy is needed to maximize every opportunity. thus requiring the owner of the mindangan business to implement the right marketing strategy. One of the right marketing strategies is the 7 P's marketing mix, so that the minding business can increase sales volume.

The objectives of this study: 1) To identify and describe the 7P strategy in increasing sales volume carried out by UD. Tirta Samudra. 2) To identify and describe the constraints and solutions to the implementation of the 7P strategy in increasing sales volume carried out by UD. Tirta Samudra. 3) To identify and describe changes in sales volume increase after implementing the 7P strategy by UD. Tirta Samudra. This research uses a qualitative approach with the type of case study research / field research. Data collection techniques used are through observation, interviews, and documentation. As for data analysis techniques using data reduction, data presentation and conclusions. Furthermore, to check the validity of the data, researchers use; Extension of observations, increased persistence in research as well as triangulation.

The results of this study are: Sharia marketing strategy in an effort to increase sales volume applied to UD. Tirta Samudra is a 7P marketing mix consisting of product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence. Products sold are available in various product variants and prioritize product quality. The price set is quite affordable. The place is very strategic and the distribution reach is outside the city. Promotion is still less efficient in promotion on social media. The process is carried out neatly and cleanly. Physical evidence embodied in equipment in production and facilities for employees is complete.

Obstacles faced by UD. Tirta Samudra, namely: The price of raw materials or staples has increased, Promotion through social media has not been maximized, and weather or seasonal factors. to deal with obstacles that occur solutions made by UD. Tirta Samudra namely: Doing efficiency by reducing the portion of products sold with a note that the quality and price of the product remains the same, in terms of promotion the owner, manager and employees are still learning how to operate social media, and in seasonal constraints, the owner anticipates by producing pindang types depending on the fish season. Changes or impacts of the implementation of the 7P marketing mix strategy carried out by UD. Tirta Samudra managed to increase sales volume in the last four months.

Keywords: Marketing Strategy, Marketing Mix, Consumer Buying Interest.