

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran 7P dalam Meningkatkan Pendapatan pada Pengerajin Kayu Mebel UD. Untung Tanen Rejotangan Kabupaten Tulungagung” ini ditulis oleh Eka Diani Meidita, NIM.12402183320, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dengan pembimbing Dr. Refki Rusyadi, S.S., M.Pd.I.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran 7P, Pendapatan, Pengerajin Mebel.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh penurunan pendapatan yang diperoleh pada pengrajin kayu mebel pada beberapa waktu terakhir karena adanya kendala dalam menghadapi persaingan pasar. Tantangan ini menuntut UD. Untung untuk menyusun dan menerapkan strategi pemasaran yang lebih tepat dan efektif dalam menghadapi dinamika pasar, salah satunya yaitu dengan melakukan inovasi dan pengembangan strategi pemasaran 7P.

Tujuan penelitian dalam penelitian ini untuk mengetahui (1) penerapan strategi pemasaran 7P yang dilakukan oleh pengrajin kayu mebel UD. Untung Tanen Rejotangan Kabupaten Tulungagung dalam meningkatkan pendapatan; dan (2) pendapatan pengrajin kayu mebel UD. Untung Tanen setelah menerapkan strategi pemasaran 7P.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Pengumpulan data diperoleh melalui observasi langsung, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu konsep Miles dan Huberman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) UD. Untung Tanen Rejotangan Kabupaten Tulungagung menerapkan strategi pemasaran 7P dengan fokus pada kualitas produk, harga yang kompetitif, dan distribusi yang efisien. Perusahaan mengutamakan bahan baku berkualitas dan desain produk yang beragam, serta menawarkan harga yang kompetitif dan fleksibilitas pembayaran. Pemasaran dilakukan melalui media sosial dan promosi dari mulut ke mulut. UD. Untung juga memprioritaskan seleksi karyawan yang teliti, memberikan pelatihan rutin, dan memberi insentif untuk meningkatkan kinerja. Proses produksi yang efisien dan fasilitas pemajangan produk yang mendukung meskipun masih terbatas. (2) Penerapan strategi pemasaran 7P di UD. Untung telah berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan perusahaan dalam tiga tahun terakhir terbukti adanya peningkatan pendapatan dari tahun 2022 hingga tahun 2024. Peningkatan ini menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran dengan bauran 7P terbukti efektif dan telah memberikan dampak yang baik terhadap peningkatan pendapatan perusahaan. Secara keseluruhan, strategi bauran pemasaran 7P membantu perusahaan dalam meningkatkan penjualan, meningkatkan pendapatan, memperluas pasar dan menjaga loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

The thesis entitled "7P Marketing Strategy in Increasing Income of Furniture Wood Craftsmen UD. Untung Tanen Rejotangan Tulungagung Regency" was written by Eka Diani Meidita, NIM.12402183320, Department of Sharia Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University of Tulungagung, supervised by Dr. Refki Rusyadi, S.S., M.Pd.I.

Keywords: Marketing Strategy, Marketing Mix 7P, Income, Furniture Craftsmen.

This research is motivated by the instability of income in furniture wood craftsmen in recent times due to obstacles in facing market competition. This challenge requires UD. Untung to develop and implement a more effective and adaptive marketing strategy in facing market dynamics, one of which is by innovating the 7P marketing strategy.

The purpose of this study was to (1) determine the implementation of the 7P marketing strategy carried out by furniture wood craftsmen UD. Untung Tanen Rejotangan Tulungagung Regency in increasing income; and (2) income of UD. Untung Tanen wood furniture craftsmen after implementing the 7P marketing strategy.

This study uses a qualitative approach method with a descriptive research type. The data sources used are primary data and secondary data. Data collection is obtained through direct observation, in-depth interviews, and documentation. The data analysis technique used is the concept of Miles and Huberman.

The results of the study show that: (1) UD. Untung Tanen Rejotangan Tulungagung Regency implemented the 7P marketing strategy with a focus on product quality, competitive prices, and efficient distribution. The company prioritizes quality raw materials and diverse product designs, and offers competitive prices and payment flexibility. Marketing is carried out through social media and word of mouth promotion. UD. Untung also prioritizes careful employee selection, provides regular training, and provides incentives to improve performance. Efficient production process and supporting product display facilities although still limited. (2) The implementation of the 7P marketing strategy at UD. Untung has contributed significantly to increasing the company's revenue in the last three years, as evidenced by an increase in revenue from 2022 to 2024. The increase shows that the implementation of the marketing strategy with the 7P mix has proven effective and has had a good impact on increasing the company's income. Overall, the 7P marketing mix strategy helps companies increase sales, increase income, expand the market and maintain customer loyalty.