

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Pada Mujib Kaca Dan Aluminium Jombang” di tulis oleh Ahmad Hafid Firmansyah, Nim 126405211023, Prodi Manajemen Bisnis Syariah, Jurusan Bisnis dan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, yang dibimbing oleh Dr. Deny Yudiantoro, M.M

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, *Marketing Mix 7P*, Strategi Pemasaran, Pendapatan Usaha, UMKM

Penelitian ini dilatar belakangi dalam era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk terus berinovasi dalam strategi pemasarannya agar dapat bertahan dan berkembang. Salah satu pendekatan yang digunakan secara luas adalah strategi bauran pemasaran atau marketing mix. Konsep bauran pemasaran telah berkembang dari 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) menjadi 7P, dengan penambahan *People, Process, dan Physical Evidence*, untuk menjawab kompleksitas kebutuhan pasar. Mujib Kaca dan Aluminium merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang jasa dan penjualan produk kaca serta aluminium untuk kebutuhan konstruksi dan renovasi bangunan. Dalam beberapa tahun terakhir, perusahaan ini menghadapi tantangan dalam menjaga pertumbuhan pendapatan di tengah meningkatnya persaingan, perubahan preferensi konsumen, serta kebutuhan pelayanan yang semakin kompleks.

Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu a. Bagaimana strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix*) 7P yang di terapkan pada Mujib Kaca dan Aluminium. b. Bagaimana dampak penerapan strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan pendapatan usaha penjualan produk Mujib Kaca dan Aluminium. c. Apa kendala dan solusi dalam penerapan strategi bauran pemasaran *Marketing Mix 7P* dalam meningkatkan pendapatan usaha Mujib Kaca dan Aluminium

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi bauran pemasaran (*marketing mix 7P*), yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*), dalam upaya meningkatkan pendapatan usaha pada Mujib Kaca dan Aluminium.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi 7P secara terpadu memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan usaha. Faktor produk dan kualitas layanan menjadi elemen paling dominan, diikuti oleh strategi harga yang kompetitif dan promosi yang efektif melalui media sosial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa optimalisasi seluruh elemen bauran pemasaran dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan daya saing dan pendapatan usaha kecil menengah seperti Mujib Kaca dan Aluminium.

ABSTRACT

Thesis titled “Marketing Mix Strategy in Increasing Business Revenue at Mujib Kaca dan Aluminium Jombang” written by Ahmad Hafid Firmansyah, Student ID 126405211023, Sharia Business Management Program, Department of Business and Management, Faculty of Islamic Economics and Business, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, supervised by Dr. Deny Yudiantoro, M.M.

Keywords: Marketing Mix, 7P Marketing Mix, Marketing Strategy, Business Revenue, MSMEs

This research is motivated by the increasingly competitive business environment, where companies are required to continuously innovate their marketing strategies in order to survive and grow. One widely used approach is the marketing mix strategy. The concept of the marketing mix has evolved from the original 4Ps (Product, Price, Place, Promotion) to 7Ps, with the addition of People, Process, and Physical Evidence, in response to the growing complexity of market needs. Mujib Kaca dan Aluminium is a business engaged in the services and sales of glass and aluminum products for construction and renovation purposes. In recent years, the company has faced challenges in maintaining revenue growth amidst increasing competition, changing consumer preferences, and more complex service demands.

The research problems addressed in this study are a. How is the 7P Marketing Mix strategy implemented at Mujib Kaca dan Aluminium. b. What is the impact of implementing the marketing mix strategy on increasing the business revenue of Mujib Kaca dan Aluminium’s product sales. c. What are the obstacles and solutions in implementing the 7P Marketing Mix strategy to improve the business revenue of Mujib Kaca dan Aluminium

This study aims to analyze the implementation of the 7P marketing mix strategy, which includes product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence, in an effort to increase business revenue at Mujib Kaca dan Aluminium.

The results of the study indicate that the integrated implementation of the 7P strategy has a positive impact on increasing business revenue. Product and service quality are the most dominant elements, followed by competitive pricing strategies and effective promotion through social media. The study concludes that optimizing all elements of the marketing mix can be an effective strategy to enhance competitiveness and increase the revenue of small and medium enterprises such as Mujib Kaca dan Aluminium.