

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran *Marketing Mix* Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Budidaya Ikan Gurami Ud. Amiz Jaya Gurami Di Tulungagung” ini ditulis oleh Halim Ahmad Nur Muizz, NIM.12405193338, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah, Prodi Manajemen Bisnis Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Ahmad Budiman, M.S.I

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya kondisi keterpurukan usaha yang dialami oleh UD. Amiz Jaya Gurami. Yang mana usaha UD. Amiz Jaya Gurami merupakan suatu usaha yang bergerak di bidang budidaya ikan gurami. Dalam kondisi tersebut UD. Amiz Jaya Gurami sempat mengalami kebangkrutan selama beberapa tahun dan kemudian saat ini mulai bisa bangkit kembali dengan kondisi yang lebih baik dari sebelumnya. Selain itu ikan gurami juga bukan merupakan ikan yang terlalu diminati oleh semua kalangan karena tergolong jenis ikan yang cukup mahal. Sehingga dirasa perlu untuk diteliti mengingat dengan kondisi yang sudah pernah ada dan bisa bangkit dan jauh lebih baik tentu ada strategi-strategi yang digunakan.

Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi *marketing mix* untuk meningkatkan volume penjualan pada UD. Amiz Jaya Gurami di Tulungagung, (2) Untuk mengetahui bagaimana dampak peningkatan volume penjualan pada UD. Amiz Jaya Gurami di Tulungagung.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kualitatif. Ditinjau dari segi prosedur pada pola yang ditempuh oleh peneliti, penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif deskriptif. Peneliti mendeskripsikan data-data yang diperoleh secara langsung dari UD Amiz Jaya Gurami Tulungagung. Data tersebut dideskripsikan sesuai dengan keadaan yang nyata dilapangan dan dibandingkan dengan teori yang sudah ada dan menjadi dasar dari penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Strategi *Marketing Mix* UD. Amiz Jaya Gurami dengan teori *marketing mix* sudah menggunakan sistem 7P, yang meliputi: *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi), *People* (Orang atau Partisipan) *Process* (Proses) dan *Physical Evidance* (Bukti Fisik/Fasilitas Fisik), dari ke 7 sistem tersebut sudah di terapkan dan sudah mendapatkan hasil yang cukup baik. Hal tersebut dapat diketahui melalui kondisi dimana sebelumnya sudah sempat bangkrut namun saat ini sudah dapat bangkit dengan kondisi yang lebih baik dari sebelumnya, (2) Dampak peningkatan volume penjualan pada UD. Amiz Jaya Gurami di Tulungagung tentu sangat berdampak pada seluruh aspek yang terlibat. Adapun dampak yang timbul dari segi ekonomi adalah meningkatnya pendapatan bagi pemilik usaha dan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang berkontribusi dalam usaha UD. Amiz Jaya Gurami di Tulungagung.

**Kata Kunci: Strategi Pemasaran Syariah, *Marketing Mix*, Volume Penjualan**

## **ABSTRACT**

Thesis with the title "Marketing Mix Marketing Strategy to Increase Sales Volume in Ud Gourami Fish Cultivation Business. Amiz Jaya Gurami in Tulungagung" was written by Halim Ahmad Nur Muizz, NIM.12405193338, Faculty of Islamic Economics and Business, Department of Sharia Economics, Sharia Business Management Study Program UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Supervisor Ahmad Budiman, M.S.I

This research was motivated by the business downturn experienced by UD. Amiz Jaya Gurami. Which is UD's business. Amiz Jaya Gurami is a business that operates in the field of cultivating gourami fish. In these conditions UD. Amiz Jaya Gurami was in bankruptcy for several years and is now starting to recover in better condition than before. Apart from that, gourami fish is also not a fish that is very popular among all groups because it is a fairly expensive type of fish. So it is felt necessary to research considering that conditions that have existed and can improve and be much better, of course there are strategies that can be used.

The purpose of this research is (1) to find out how to implement marketing mix strategies to increase sales volume at UD. Amiz Jaya Gurami in Tulungagung, (2) To find out the impact of increasing sales volume on UD. Amiz Jaya Gurami in Tulungagung.

The approach used in this research is a qualitative research approach. Judging from the procedural perspective of the pattern adopted by the researcher, this research is included in the type of descriptive qualitative research. Researchers describe data obtained directly from UD Amiz Jaya Gurami Tulungagung. The data is described according to real conditions in the field and compared with existing theories and is the basis of this research.

The research results show that (1) UD's Marketing Mix Strategy. Amiz Jaya Gurami with the marketing mix theory has used the 7P system, which includes: Product, Price, Place, Promotion, People or Participants, Process and Physical Evidence. Physical/Physical Facilities), of the 7 systems that have been implemented and have obtained quite good results. This can be seen through the condition where previously it had gone bankrupt but now it has been able to recover in better condition than before, (2) The impact of increasing sales volume on UD. Amiz Jaya Gurami in Tulungagung certainly has a big impact on all aspects involved. The impact that arises from an economic perspective is increasing income for business owners and opening up employment opportunities for people who contribute to UD's business. Amiz Jaya Gurami in Tulungagung.

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