

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Implementasi *marketing mix* dalam meningkatkan volume penjualan mie sohun pada CV Surya Jaya Tulungagung (Perspektif Ekonomi Islam)” ini ditulis oleh Endri Lestari, NIM. 1742143086, pembimbing Muhamad Aqim Adlan, M.E.I

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya pesaing bisnis produk mie sohun diseluruh Indonesia dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan meningkatnya pesaing tersebut CV Surya Jaya Tulungagung menerapkan *marketing mix* guna meningkatkan volume penjualan. Fokus masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana penerapan *marketing mix* dalam meningkatkan volume penjualan mie sohun pada CV Surya Jaya Tulungagung,(2)Bagaimana kendala penerapan *marketing mix* dalam meningkatkan volume penjualan mie sohun pada CV Surya Jaya Tulungagung, (3) Bagaimana solusi CV Surya Jaya Tulungagung dalam mengatasi kendala implementasi *marketing mix* dalam meningkatkan volume penjualan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data-data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer maupun sekunder, data ini diperoleh peneliti melalui wawancara dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa, (1) penerapan yang ada pada CV Surya Jaya Tulungagung sudah berjalan dengan baik, hanya saja bauran prmosi masih menggunakan sales,(2) kendala yang dihadapi oleh CV Surya Jaya terbagi menjadi dua, yang pertama kendala internal meliputi, kurangnya Sumber Daya Manusia, alat produksi yang masih manual dan juga keterbatasan lahan. Yang kedua yaitu kendala eksternal yang meliputi kenaikan harga bahan baku, piutang dagang dan meningkatnya pesaing baru (3) Solusi yang CV Surya Jaya dalam mengatasi kendala internal yaitu menambah jumlah Sumber Daya Manusia, mengganti mesin yang lebih canggih, memperluas lahan. Dan kendala eksternal yaitu pengurangan jumlah laba,memberikan toleransi hutang dagang,menciptakan merek baru .

Kata Kunci: *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) dan volume penjualan

ABSTRACT

Thesis entitled "Implementation of marketing mix in increasing the sales volume of noodle sohun at CV Surya Jaya Tulungagung (Islamic Economic Perspektive)" was written by Endri Lestari, NIM. 1742143086, mentor of Muhamad Aqim Adlan, M.E.I

This research is based on the number of competitors business of noodle products throughout Indonesia in meeting the needs of consumers. With the increasing of its competitors CV Surya Jaya Tulungagung apply marketing mix to increase sales volume (Islamic Economic Perspektive). The focus of the problem in this research is (1) How is the application of marketing mix in increasing the volume of selling of noodle sohun at CV Surya Jaya Tulungagung, (2) How is the application of marketing mix in increasing the sales volume of noodle sohun at CV Surya Jaya Tulungagung, (3) CV Surya Jaya Tulungagung in overcoming obstacles implementation of marketing mix in increasing sales volume.

This research use descriptive qualitative method. The data used in this research is primary and secondary data, this data obtained by researcher through interview and documentation.

From the results of this study found that, (1) the existing application in CV Surya Jaya Tulungagung already running well, only mix prmosi still use sales, (2) constraints faced by CV Surya Jaya divided into two, the first internal constraints include, lack of human resources, production tools that are still manual and also limited land. The second is external constraints that include rising raw material prices, accounts receivable and increasing new competitors (3) Solutions CV Surya Jaya in overcoming the internal constraints of increasing the number of Human Resources, replacing the more sophisticated machinery, expanding the land. And the external constraints of reducing the number of profits, providing trade debt tolerance, creating a new brand.

Keywords: Marketing Mix (Marketing Mix) and sales volume