**Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Ayam Potong Putra Sawung Galih Di Kecamatan Karanganyar, Purbalingga**

**Nur Hikmah**

**NIM. 1617201149**

**E-mail:** nurhikmahn7397@gmail.com

**Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Institut Agama Islam Negeri Purwokerto**

# **ABSTRAK**

Perkembangan perekonomian di era globalisasi saat ini sangat pesat dan ketat dalam hal persaingan bisnis. Pesatnya persaingan bisnis menjadikan pengusaha ayam potong Sawung Galih melakukan penerapan strategi bauran pemasaran yang digunakan sebagai upaya meningkatkan volume penjualan. Penerapan strategi bauran pemasaran telah diterapkan di usaha ayam potong Putra Sawung Galih di Dusun II Kaliputat Selatan, Kecamatan Karanganyar, Kabupaten Purbalingga dengan memperhatikan sistem strategi bauran pemasaran dengan unsur 7P (*product, price, place, promotion, process, people,* dan *physical evidence).* Usaha ayam potong Putra Sawung Galih mengalami peningkatan penjualan meskipun kurang sempurna dalam sistem *promotion.* Usaha ayam potong Putra Sawung Galih memaksimalkan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah pengusaha sehingga dapat bersaing dengan pengusaha lainnya. Pemasaran yang dilakukan menggunakan menggunakan sitem *product, place, price,* dan *process* sehingga dapat meningkatkan distribusi pemasaran pada pasar-pasar besar dan pedagang-pedagang kecil.

 Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research)*. Untuk memperoleh data menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarik kesimpulan. Adapun untuk menguji keabsahan data menggunakan metode triangulasi.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, distribusi, promosi, orang, fasilitas fisik dan proses yang diteapkan oleh ayam potong Putra Sawung Galih sudah sesuai. Strategi bauran pemasaran yang diterapkan ayam potong Puta Sawung Galih mempunyai dampak pada peningkatan penjualan produk. Dapat diketahui volume penjualan ayam potong mengalami peningkatan dari waktu ke waktu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa strategi bauan pemasaran yang digunakan ayam potong Putra Sawung Galih memberi dampak yang positif bagi pemilik usaha.

**Kata kunci: Bauran Pemasaran dan Volume Penjualan**

**Maketing Mix Strategy To Increase Sales Volume In Putra Sawung Galih Chicken Slaughterhouse In Karanganyar Sub-District, Purbalingga**

**Nur Hikmah**

**NIM. 1617201149**

**E-mail:** **nurhikmahn7397@gmail.com**

Department of Islamic Economics, Faculty of Economics and Islamic Business

State Institute of Islamic Studies (IAIN) Purwokerto

# **ABSTRAK**

*Economic development in the current era of globalization is fast and tight in terms of business competition. The rapid business competition has made Sawung Galih chicken slaughterhouse entrepreneurs implement a marketing mix strategy that is used as an effort to increase sales volume. The application of the marketing mix strategy has been implemented in the Putra Sawung Galih chicken slaughterhouse business in Dusun II South Kaliputat, Karanganyar District, Purbalingga Regency by paying attention to the marketing mix strategy system with 7P elements (product, price, place, promotion, process, people, and physical evidence) . Putra Sawung Galih's chicken slaughterhouse business has increased in sales even though it is less than perfect in the promotion system. Putra Sawung Galih's chicken slaughterhouse business maximizes marketing strategies in increasing the number of entrepreneurs so that they can compete with other entrepreneurs. Marketing is carried out using a system product, place, price, and process so that it can increase marketing distribution in large markets and small traders.*

*This type of research is field research. To obtain data using interviews, observation and documentation. Data analysis used data reduction, data presentation, and conclusion drawing. As for testing the validity of the data using the triangulation method.*

*Based on the results of the study, it shows that the application of the marketing mix which includes product, price, distribution, promotion, people, physical evidence and processes set by Putra Sawung Galih is appropriate. The marketing mix strategy implemented by Putra Sawung Galih's chicken has an impact on increasing product sales. It can be seen that the sales volume of broiler chickens has increased from time to time. This it can be concluded that the marketing smell strategy used by Putra Sawung Galih's chicken slaughterhouse has a positive impact on business owners.*

***Keywords: Marketing Mix and Sales Volume***