

## ABSTRAK

**Rofiqah, 2020**, Penerapan Strategi Marketing dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Sumber Rezeki Jalan Kanginan Kabupaten Pamekasan, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura, Pembimbing Fatati Nuryana, M,Si.

**Kata Kunci** : *Strategi Marketing, Volume Penjualan*

Strategi marketing adalah proses perencanaan pada sebuah bisnis usaha dalam memasarkan dan memperkenalkan produk yang akan ditawarkan kepada konsumen untuk mencapai suatu tujuan dengan segala risiko yang akan dihadapi demi meningkatkan penjualan. Sebelum melakukan kegiatan marketingnya, pemilik usaha bisnis terlebih dahulu menyusun perumusan strategi marketing yaitu segmentasi, targeting dan positioning. Pemilik usaha bisnis mempunyai tujuan untuk meningkatkan volume penjualan yang menguntungkan atau dapat menghasilkan pendapatan secara optimal dan meningkatkan laba. Volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang yang terjual.

Penelitian ini terdapat tiga hal yang menjadi permasalahan yaitu: *Pertama*, Bagaimana Strategi segmentasi, targeting dan positioning yang di terapkan Toko Sumber Rezeki dalam meningkatkan volume penjualan. *Kedua*, bagaimana dampak strategi yang digunakan Toko Sumber Rezeki. *Ketiga*, Apa saja kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi Toko Sumber Rezeki.

Penelitian ini menggunakan tiga metode pengumpulan data untuk menjawab permasalahan tersebut, yaitu metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data-data yang terkumpul berupa data primer yang didapat penulis dengan mendatangi langsung objek penelitian untuk memperoleh data dan informasi secara langsung dan data sekunder yang diperoleh dari observasi dan dokumentasi serta dari buku, jurnal, artikel dan media lainnya, kemudian dianalisis untuk mengambil kesimpulannya.

Hasil penelitian yang diperoleh peneliti adalah 1) Segmentasi pasar Toko Sumber Rezeki yang dipilih termasuk pada golongan segmentasi demografis; Targeting Toko Sumber Rezeki para orang dewasa pria maupun wanita dan masyarakat di sekitar toko; Positioning Toko Sumber Rezeki dengan memberi izin bagi para pelanggan untuk memilih sendiri produk apa yang mereka inginkan. 2) Strategi yang digunakan Toko Sumber Rezeki menggunakan dua strategi yaitu strategi potongan harga dan strategi memberikan keringanan pembayaran (utang). 3) Kekuatan yang dimiliki Toko Sumber Rezeki yaitu melayani perbaikan barang elektronik yang rusak; Kelemahan yang dimiliki Toko Sumber Rezeki yaitu tidak memiliki ruang yang terlalu luas dan fasilitas toko yang kurang memadai; Peluang dari Toko Sumber Rezeki yaitu lokasi toko mudah dicari pelanggan; Ancaman bagi Toko Sumber Rezeki yaitu waktu penjualan pada toko pesaing lebih lama dari waktu penjualan Toko Sumber Rezeki.