

ABSTRAK

Andini Puspitasari. NIM 3402200316. Analisis *Marketing Mix* Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Suatu Studi Pada UMKM Saroja Ibu Isur Rancah). Dibawah Bimbingan Moch. Aziz Basari S.Sos.M.M Selaku (Pembimbing I) dan Risna Kartika S.E.M.M Selaku (Pembimbing II).

Penelitian ini dilatar belakangi oleh belum optimalnya volume penjualan pada UMKM Saroja Ibu Isur Rancah yang ditunjukkan dengan penjualan pada periode tahun 2021 sampai dengan 2023 yang cenderung mengalami penurunan yang cukup signifikan. Hal tersebut salah satunya diakibatkan oleh belum optimalnya pelaksanaan *marketing mix* yang dilakukan oleh pihak perusahaan. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: 1) Bagaimana pelaksanaan *marketing mix* pada UMKM Saroja Ibu Isur Rancah?; 2) Bagaimana volume penjualan pada UMKM Saroja Ibu Isur Rancah?; 3) Bagaimana peran *marketing mix* dalam meningkatkan volume penjualan pada UMKM Saroja Ibu Isur Rancah?. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) Pelaksanaan *marketing mix* pada UMKM Saroja Ibu Isur Rancah; 2) Volume penjualan pada UMKM Saroja Ibu Isur Rancah; 3) Peran *marketing mix* dalam meningkatkan volume penjualan pada UMKM Saroja Ibu Isur Rancah. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder dari pihak perusahaan berupa laporan penjualan serta narasumber, yaitu pimpinan perusahaan, bagian pemasaran, bagian penjualan, bagian produksi dan bagian keuangan pada UMKM Saroja Ibu Isur Rancah. Berdasarkan hasil penelitian bahwa: 1) Pelaksanaan *marketing mix* pada UMKM Saroja Ibu Isur sudah memenuhi indikator *marketing mix*. Hal ini terlihat dengan adanya pelaksanaan beberapa indikator dalam segmentasi pasar yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*) dan saluran pemasaran atau distribusi (*place*). 2) Volume penjualan pada UMKM Saroja Ibu Isur selama ini sudah memenuhi indikator volume penjualan. Hal ini terlihat dari beberapa indikator dalam volume penjualan yang meliputi mencapai volume penjualan tertentu, mendapat keuntungan tertentu dan mendukung pertumbuhan Perusahaan. 3) Pelaksanaan *marketing mix* berperan dalam meningkatkan volume penjualan pada UMKM Saroja Ibu Isur Rancah. Hal ini dapat terlihat dari dengan adanya pelaksanaan strategi *marketing mix* yang berdampak kepada peningkatan volume penjualan perusahaan. Dengan demikian maka apabila pelaksanaan strategi *marketing mix* baik maka volume penjualan perusahaan akan semakin meningkat.

Kata Kunci : *Marketing Mix* dan Volume Penjualan