

ABSTRAK

Avita Nur Chumairoh, NIM. 1950210125, Strategi Marketing Mix Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Produk Sakila Hijab Di Marketplace.

Strategi *marketing mix* atau bauran pemasaran 4P untuk meningkatkan volume penjualan produk dilakukan Sakila Hijab melalui beberapa *marketplace*. Pemilihan beberapa *marketplace* dilakukan dengan mengikuti perkembangan zaman saat ini. Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *marketing mix* 4P dalam meningkatkan volume penjualan produk di *marketplace*, dan untuk mengetahui volume penjualan produk di *marketplace*, serta untuk mengetahui kendala dan solusi penerapan strategi *marketing mix* dalam meningkatkan volume penjualan produk Sakila Hijab di *marketplace*.

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer maupun sumber data sekunder dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Sakila Hijab telah menggunakan strategi *marketing mix* untuk meningkatkan volume penjualan di *marketplace*, yakni *product*, *price*, *place* dan *promotion* telah berjalan secara beriringan sehingga meningkatkan volume penjualan. Penggunaan *marketplace* Shopee, Tokopedia dan Tiktok Shop untuk meningkatkan volume penjualan tidak semua berjalan sesuai dengan yang diinginkan, hal itu dikarenakan ada salah satu *marketplace* yang pemasarannya kurang maksimal sehingga volume penjualannya paling sedikit. Adanya kendala dapat di atasi dengan solusi yakni persaingan antar penjual dan mahal biaya iklan yang ada di beberapa *marketplace* yang dipakai, persaingan bisnis hijab ini dapat di atasi dengan membuat inovasi produk baru dan juga melakukan reset pasar agar produksi hijab yang dilakukan dapat terjual sesuai dengan apa yang diinginkan. Sedangkan mahal biaya iklan di atasi dengan kerja sama dengan beberapa selebgram Tiktok agar produk yang dijual tetap dikenal banyak orang.

Kata Kunci : Marketing Mix, Marketplace, Volume Penjualan