

ABSTRAK

Siti Hidayani (1420210235) Analisis Strategi Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan di PO. Haryanto. Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam Program Studi Ekonomi Syari'ah IAIN Kudus 2018

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh PO. Haryanto untuk meningkatkan volume penjualan. Jenis penelitian yang dilakukan adalah menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Sedangkan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif mengacu pada konsep bauran pemasaran 7P (*product, place, price, promotion, people, process, physical evidence*). Berdasarkan analisis yang dilakukan bahwa PO. Haryanto memiliki strategi-strategi dalam meningkatkan volume penjualan yaitu strategi *product* dengan melengkapi segala jenis pelayanan dan fasilitas produk. Strategi *place* menyalurkan jasanya melalui agen yang tersebar di sembilan kabupaten dan ada kantor cabang di Kudus. Strategi *price* memberikan harga yang standar atau lebih murah dengan harga pesaing. Strategi *promotion* menandatangani relasi-relasinya untuk memperkenalkan produk, melayani penukaran tiket dengan souvenir dan menjadi sponsor. Strategi *people* memiliki karyawan yang berkualitas dan terampil. Strategi *process* melayani pembelian dan pemesanan sewa bus melalui telepon. Strategi *physical evidence* memberikan pelayanan yang baik seperti penyusunan tempat yang rapi dan bersih, halaman parkir yang luas. Berdasarkan data yang diperoleh berupa strategi-strategi yang diterapkan beserta diagram kartesius yang dilakukan oleh PO. Haryanto maka dapat diperoleh bahwa PO. Haryanto saat ini berada pada masa perkembangan. Dimana keputusan yang akan diambil yaitu mengembangkan perusahaannya dengan cara meningkatkan kualitas dan kelengkapan produk.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Volume penjualan.