

ABSTRAK

Muhammad Setiawan Firdaus (1320210244) ANALISIS PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN 4P GUNA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA UD KELAPA DAREN. PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH, INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KUDUS 2020.

Perusahaan adalah suatu organisasi yang berorientasi pada usaha memperoleh laba yang sebesar-besarnya. Untuk mencapai tujuannya ini setiap perusahaan mengarahkan kegiatan usahanya untuk menghasilkan produk yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dan meluaskan daerah pemasarannya. Sehingga dalam jangka panjang perusahaan memperoleh keuntungan yang diinginkan. Salah satu ukuran keberhasilan perusahaan mendapatkan laba, melalui peningkatan volume penjualan dan meluaskan daerah pemasarannya serta meningkatkan produktivitas, perusahaan harus berusaha agar volume penjualan dari tahun ke tahun meningkat. Hal ini dapat dicapai melalui usaha atau kegiatan yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, yang salah satu diantaranya adalah kegiatan pemasaran. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan di UD Kelapa Daren dengan system 4P dalam menghadapi peluang dan tantangan yang dihadapi perusahaan baik dimasa sekarang maupun masa yang akan datang.

Kata Kunci : *Strategi, Pemasaran, 4P*