

Analisis Marketing Mix Terhadap Volume Penjualan Barang Dan Jasa Pada Usaha Paramita Ban di Surabaya

Tri Wahyudi^{1*}, Pompong Budi Setiadi²

^{1,2} Program Pasca Sarjana, Fakultas Ekonomi & Bisnis, STIE MAHARDIKA Surabaya

Email: tri.faqi.afiq@gmail.com^{1*}

Abstrak

Marketing mix ataupun bauran pemasaran ialah aspek yang bernilai yang sanggup pengaruhi aspek internal serta eksternal dari sesuatu bidang usaha. Oleh sebab itu, aplikasi bauran pemasaran dalam sesuatu bidang usaha mensupport adanya pengaruh dalam kapasitas pemasaran. Tujuan riset ini merupakan untuk memandang Analisa marketing mix kepada Volume Pemasaran Pada Usaha Paramita Ban Di Surabaya. Dalam perusahaan ataupun badan, tujuan dari penjualan merupakan untuk meningkatkan volume dari pemasaran produk ataupun pelayanan yang profitabel dalam maksud bisa menciptakan pemasukan dengan cara maksimal serta menaikkan profit. Bauran pemasaran (marketing mix) ialah strategi yang dijalani perusahaan ataupun industri, yang berhubungan dengan determinasi yang mana perusahaan menyediakan permintaan produk pada bagian pasar khusus yang merupakan target pasarnya. Tipe studi yang dipakai merupakan deskriptif kualitatif sebab bermaksud mendeskripsikan kondisi di lingkungan. Metode pengumpulan data memakai metode wawancara, pengamatan, serta pengarsipan dengan sampel owner, sebagian pegawai serta sebagian pelanggan Paramita Ban di Surabaya. Hasil penelitian membuktikan kalau marketing mix mempengaruhi dalam kenaikan jumlah volume penjualan Paramita Ban. Melaksanakan bisnisnya bakal sangat tergantung terhadap volume penjualan yang bisa digapai setiap harinya. Marketing mix yang telah dianalisa nyatanya mempunyai sedemikian itu banyak yang berpengaruh langsung kepada daya tarik pelanggan kepada sesuatu produk yang mau mereka beli, dimana perihal ini ialah perihal penting terhadap suatu jumlah volume penjualan. Paramita Ban dengan cara natural telah memperhitungkan seluruh komponen marketing mix dalam memberikan terbaik untuk pelanggan, yang membawa Paramita Ban pada kenaikan volume penjualan, serta bakal mengusahakan kemajuan marketing mix di saat yang akan mendatang.

Kata Kunci : *Marketing Mix, Volume Penjualan, Barang Jasa*

Abstract

Marketing mix is a valuable aspect that can influence the internal and external aspects of a business sector. Therefore, the application of the marketing mix in a business field supports an influence in marketing capacity. The purpose of this research is to look at the analysis of the marketing mix to the Marketing Volume at the Paramita Tire Business in Surabaya. In a company or entity, the purpose of sales is to increase the volume of profitable product or service marketing in order to create maximum income and increase profits. The marketing mix is a strategy undertaken by a company or industry, which is related to the determination of which company provides product demand in a particular market segment that is its target market. The type of study used is descriptive qualitative because it intends to describe conditions in the environment. The data collection method used interviews, observations, and archiving with samples of the owner, some employees and some Paramita Ban customers in Surabaya. The results of the study prove that the marketing mix affects the increase in the total sales volume of Paramita Tires. Doing business will depend on the volume of sales that can be achieved every day. The marketing mix that has been analyzed in fact has so much that it directly affects the attractiveness of customers to a product they want to buy, where this is an important matter for a total sales volume. Paramita Ban naturally has taken into account all components of the marketing mix in providing the best for customers, which has led Paramita Ban to increase sales volume, and will seek to improve the marketing mix in the future.

Keywords: *Marketing Mix, Sales Volume, Goods and Services*

PENDAHULUAN

Perekonomian pada era saat ini ini tengah bertumbuh cepat di lihat dari munculnya bermacam berbagai bidang usaha serta usaha yang dicoba baik perorangan ataupun sesuatu institusi. Suatu bidang usaha bakal berjalan dengan bagus pada saat adanya strategi sebab strategi sungguh menunjang industri untuk bersaing(Nida, 2021), sementara itu Swastha(2008: 356) menerangkan strategi merupakan sesuatu cerminan dari susunan konsep yang besar perihal bagaimana bidang usaha sanggup bekerja supaya tujuan berhasil. Agar bisa bersaing di masa pertumbuhan perusahaan yang semakin cepat ini sesuatu industri wajib sanggup merumuskan strategi penjualan yang pas. Kothler serta Armstrong(2011) menerangkan strategi penjualan yaitu suatu cara sosial manajerial, yang mana individu kelompok mendapatkan sesuatu yang mereka butuhkan serta mereka mau, lewat pembuatan serta pergantian produk dan nilai dengan pihak lainnya . suatu penjualan dilakukan dengan tujuan guna menaikkan pelanggan serta menaikkan keuntungan yang didapat. Bisa disimpulkan kalau strategi pemasaran ialah konsep perihal bagaimana seorang bisa melaksanakan perputaran ataupun pembuatan produk guna menggapai tujuan, yakni menaikkan keuntungan.

Oleh sebab itu strategi pemasaran ialah sungguh berarti untuk industri ataupun bidang usaha supaya sanggup menggapai tujuan. negara Indonesia disaat ini lagi gencar gencarnya tingkatkan jumlah UMKM(usaha kecil mikro serta menengah), alhasil dengan terus menjadi banyaknya UMKM diharapkan bisa menunjang negara dalam menaikkan perekonomian bangsa Indonesia, menurut statistik dari Kominfo, disaat ini sudah sebesar 60 juta UMKM kurang lebih yang tengah berjalan. Berbagai ragam UMKM yang berkiprah di bermacam aspek dengan pesatnya bermunculan di bermacam kota di Indonesia, salah satunya merupakan kota Surabaya.(Zahrah et al., 2021)

Dalam studi ini, yang hendak dipakai selaku bahan objek penelitian merupakan Paramita Ban, suatu Paramita Ban ialah sesuatu bidang usaha umkm yang berkecimpung dalam dunia bidang ban semenjak tahun 1996, baik itu dalam perawatan serta penjualan. Yang mana perawatan suatu ban mencakup sporing, balancing, penambalan ban. Serta dalam pemasaran ban mereka sediakan bermacam berbagai merk, ukuran dari truk hingga kendaraan kendaraan lainnya.(Paramitaban.Com - Home, n.d.)

Salah satu yang bisa menarik konsumen serta menjalani hubungan yang bagus untuk meningkatkan volume pemasaran, dibutuhkan strategi penjualan yang bagus, Paramita Ban Mempunyai Motto yaitu Keamanan berkendara serta kebahagiaan konsumen merupakan yang penting untuk Paramita Ban. mereka sediakan tenaga kerja yang berpengalaman serta berdedikasi besar di support mesin - mesin yang cermat dalam pemeliharaan ban (Balancing serta Sporing) serta pegawai penjual Paramita Ban yang hendak menunjang dalam penentuan ban yang pas serta nyaman.

Pemasaran

Bagi Tjiptono(2016: 3),“(Boyatzis, 2018) pemasaran yaitu suatu aktifitas, serangkaian dari suatu institusi atau perusahaan, serta cara untuk menghasilkan atau profit, menyatakan, mengomunikasikan, serta mempertukarkan tawaran (offerings) yang bernilai ataupun berharga terhadap konsumen, pelanggan, kawan kerja, serta masyarakat umum”.

Bagi Abdullah serta Tantri (2012:2), “pemasaran merupakan sesuatu sistem keseluruhan dari aktivitas bidang usaha yang didesain buat merancang, memastikan harga, mengiklankan serta megedarkan beberapa barang yang bisa memenuhi kemauan serta pelayanan bagus pada para pelanggan disaat ini ataupun pelanggan potensial”.(Boyatzis, 2018)

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran atau management marketing bagi Manullang serta Hutabarat(2016) yaitu suatu cara dalam menganalisa sesuatu, merancang konsep, melaksanakan serta mengendalikan suatu aktivitas dalam pemasaran yang mana mencangkup gagasan, barang serta pelayanan yang beralasan pertukaran dengan suatu tujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan serta tanggung jawab pada produsen.(Malau, 2020)

Marketing Mix Atau Bauran Pemasaran

Marketing Mix ataupun bauran pemasaran merupakan strategi penjualan yang bisa memastikan keberhasilan industri dalam mengejar keuntungan ataupun profit maksimum. Strategi ini memakai seluruh alat pemasaran dalam industri yang diketahui dengan teori marketing mix yakni 7P, ialah products, price, promotions, place, people, process, serta physical evidence. yang dipakai dalam industri untuk bisa pengaruhi asumsi dari pelanggan.

Produk

Bagi Tjiptono(2008, 95) Produk adalah segala sesuatu yang sanggup ditawarkan produsen guna dicermati, diminta, dicari, dibeli, dipakai, ataupun dikonsumsi pasar selaku pemenuh keinginan ataupun keinginan pasar yang berkaitan.(Basuki, 2019)

Harga

Bagi Kotler serta Armstrong(2012) Dalam maksud yang sempit harga (price) merupakan jumlah yang ditagihkan atas sesuatu produk ataupun pelayanan, lebih besar lagi harga adalah jumlah seluruh angka yang diserahkan oleh pelanggan untuk memperoleh profit dari mempunyai ataupun memakai sesuatu produk ataupun pelayanan. Bagi Andi(2015: 128) Harga jadi aspek penting yang bisa pengaruhi opsi seseorang konsumen, harga lumayan berfungsi dalam memastikan pembelian pelanggan, untuk itu saat sebelum memutuskan sesuatu harga, hendaknya industri memandang sebagian referensi harga sesuatu produk yang ditaksir lumayan besar dalam pemasaran.(Kotler & Armstrong, 2018)

Tempat

Tempat merupakan bermacam aktivitas yang dilakukan oleh industri buat menciptakan produknya mudah didapat serta ada pada pelanggan incaran. Distribusi mempunyai andil yang amat berarti dalam menunjang industri untuk memastikan produknya. Perihal ini disebabkan tujuan dari penyaluran merupakan sediakan benda serta pelayanan yang diperlukan serta diinginkan oleh pelanggan pada durasi serta tempat yang pas tepat

Promosi

Bagi Laksana(2019: 129)“ iklan merupakan sesuatu komunikasi dari pedagang serta konsumen yang berawal dari data yang pas yang bermaksud untuk mengubah tindakan serta tingkah laku konsumen, yang sebelumnya tidak memahami jadi memahami maka selaku konsumen serta senantiasa mengingatkan produk itu”.Bagi Kotler& Armstrong dalam Ridwansyah (2017: 52) mengemukakan kalau“ Advertensi merupakan alat ataupun aktifitas yang dipakai oleh industri buat mengomunikasikan angka konsumen”.

Proses

Proses pembuatan ataupun operasional ialah aspek berarti untuk pelanggan. Karyawan misalnya yang melayani konsumen sungguh mempengaruhi dalam menunggu proses terhadap produksi.

People

Kaitannya dengan penjualan pelayanan, Orang yang melayani atau menangani pelanggan dengan cara langsung dalam aktivitas penjualan pastinya amat mempengaruhi pada mutu pelayanan itu sendiri. Oleh sebab itu, tiap institusi pelayanan wajib dengan cara jelas mendeskripsikan sesuatu yang diharapkan dari tiap tenaga kerja dalam berhubungan dengan konsumen (Suciati dan Mareta, 2019).

Physical Evidence (Bukti Fisik)

Dalam menjual sesuatu produk ataupun pelayanan, konsumen menginginkan bukti wujud untuk menjalin keyakinan dalam hubungan bidang usaha yang lebih jelas. Bermacam berbagai wujud bukti fisik sanggup terbuat. Mulai dari kantor ataupun gerai yang dapat didatangi pelanggan, atau pamflet yang mempunyai wujud fisik yang bisa dimiliki konsumen.

Penjualan

Bagi Abdullah(2017: 23)“ Pemasaran ialah aktivitas tambahan ataupun pelengkap dari pembelian, untuk memungkinkan terbentuknya bisnis. Jadi aktivitas pembelian serta pemasaran ialah satu kesatuan untuk bisa terlaksananya memindahkan hak serta bisnis” Bagi Mulyadi dalam(Asrianti serta Bake, 2014)“ Pemasaran merupakan barang yang dibuat serta dijual industri itu. Pemasaran ialah aktivitas yang dicoba oleh pedagang dalam menjual barang ataupun pelayanan dengan tujuan hendak mendapatkan keuntungan dari terdapatnya transaksi- transaksi itu”,(Pasaribu, 2018)

Volume Penjualan

Buat bisa menaikkan keuntungan industri wajib bisa menaikkan volume pemasaran. Bagi BasuSwastha(2007: 17), volume pemasaran yang profitabel wajib jadi tujuan industri, serta bukannya volume buat kebutuhan kapasitas itu sendiri.(Sasangka & Rusmayadi, 2018)

UMKM

Bagi Ina Primiana, penafsiran UMKM merupakan pengembangan empat suatu aktivitas ekonomi penting yang jadi penggerak atau pelopor pembangunan terhadap Republik Indonesia, yakni;

- Industri manufaktur
- Agribisnis
- Bisnis kelautan
- Sumber daya manusia

Bagi M. Kwartono, penafsiran UMKM merupakan aktivitas ekonomi orang yang memiliki kekayaan bersih maksimum 200 juta rupiah dimana tanah serta gedung tempat usaha tidak diperhitungkan. Ataupun mereka yang memiliki omset pemasaran tahunan maksimum 1 miliar rupiah dan kepunyaan masyarakat negeri Indonesia. Bidang UMKM beraneka ragam mulai dari mode, kuliner, kerajinan, peternakan, pertanian, pelayanan dan lainnya.(UMKM, n.d.)

Kajian Riset Terdahulu

Penelitian Poluan, Mandey, Ogi (2019) , “Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi ada Minuman Kesehatan Instant Alvero)”. Riset ini bermaksud buat mengenali penilaian pengaturan dalam serta mengenali Strategi Marketing Mix yang pas serta diaplikasikan buat tingkatkan daya muat pemasaran pada Minuman Kesehatan Instant ALVERO. Riset ini dicoba dengan tata cara analisa deskriptif kualitatif, dengan metode pengumpulan informasi informasi pemantauan serta tanya jawab pada industri. Hasil Riset membuktikan kalau strategi yang diterapkan oleh ALVERO, strategi Bauran penjualan ini silih mensupport serta silih memenuhi, dan mempunyai kedudukan yang berlainan dalam menjual produknya. Oleh sebab itu, hendaknya Owner UKM Minuman Kesehatan ALVERO wajib menjaga dengan betul bauran penjualan yang telah di lakukan. Strategi yang dipakai industri telah bagus tetapi hendak lebih bagus bila perusahaan lalu tingkatkan strategi.(Poluan et al., 2019)

Penelitian Forijati dan Ridwan (2020), “Analisis Marketing Mix dalam Meningkatkan Jumlah Pembeli Ayam Geprek Mbok Moro Kota Kediri”. tujuan riset ini merupakan buat mengenali gimana marketing mix yang dipakai buat tingkatkan jumlah konsumen pada upaya ayam geprek Mbok Moro. Aktivitas penjualan ialah sesuatu upaya buat menawarkan pada pelanggan hasil produksinya. Penjualan ialah sesuatu aspek yang amat memastikan untuk kesinambungan hidup suatu industri, alhasil amatlah berarti untuk owner upaya buat mencermati marketing mix yang dijalani industri. Tata cara Riset ini merupakan dengan memakai mixed method. Poin riset merupakan upaya ayam geprek Mbok Moro, pengumpulan informasi dengan memakai tanya jawab serta pemantauan. Metode analisa informasi yang dipakai merupakan analisa marketing mix. Elastis penjualan marketing mix yang diawasi merupakan produk, price, place serta promotion. Hasil dari riset ini merupakan ketetapan yang didapat pelanggan dalam pembelian ayam geprek Mbok Moro merupakan penentuan tempat yang penting serta harga produk yang terjangkau. (Forijati & Ridwan, 2020)

Penelitian Irfan, Andi, dan Affandy (2017), “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan”. Riset ini bermaksud buat menganalisa akibat bauran penjualan kepada kemampuan pemasaran di beberapa area dengan cara simultan. Elastis bauran penjualan merupakan produk, harga, advertensi serta tempat. Riset kuantitatif ialah pendekatan dari riset ini. Ilustrasi riset ini merupakan 71 responden. Metode pengumpulan ilustrasi memakai sederhana randomsampling. Berikutnya, metode analisa informasi merupakan regresi linier berganda. Hasilnya, riset ini membagikan sebagian data berarti. Beberapa, produk, harga, serta advertensi berkorelasi positif serta penting dengan kemampuan pemasaran. Sedangkan itu, hubungan antara harga serta kemampuan pemasaran merupakan minus serta penting. Sayangnya, hubungan tempat dengan kemampuan pemasaran bermacam- macam positif namun tidak penting kepada kemampuan pemasaran dengan cara simultan.(Nasution et al., 2017)

Penelitian Taroreh, Mananeke, dan Roring (2018), “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Mobile Mitsubishi Xpander Pada PT. Bosowa Berlian Motor Kairagi”. Riset ini bermaksud buat mengenali apakah strategi penjualan ialah bauran penjualan yang di dalamnya terdiri dari produk, harga, advertensi, tempat, orang, cara serta fakta raga yang diaplikasikan PT. Bosowa Permata Motor Kairagi. Tata cara yang dipakai dalam riset ini merupakan tata cara kualitatif dengan metode pengumpulan informasi merupakan tanya jawab serta pemantauan. Hasil dari riset ini merupakan strategi penjualan yang diaplikasikan PT. Bosowa Permata Motor Kairagi berbentuk bauran penjualan yang di dalamnya terdiri dari produk, harga, advertensi tempat, orang, cara, serta fakta raga berakibat dalam tingkatkan pemasaran Mitsubishi Xpander.

Untuk pihak industri, dianjurkan buat lebih mencermati Pangkal Energi yang terdapat SDM yang ramah serta cekatan dalam menawarkan produk pada klien hendak membagikan angka bonus alhasil klien juga terbawa-bawa buat membeli mobil Mitsubishi Xpander Mitsubishi Xpander di PT. Bosowa Permata Motor Kairagi.(Taroreh et al., 2018)

METODE

Penelitian yang dicoba memakai pendekatan deskriptif kualitatif. Dimana periset merupakan selaku instrumen kunci, pengumpulan sampel asal muasal informasi dilakukan dengan cara purposive serta snowball, metode pengumpulan dengan tri- angulasi(kombinasi), analisa informasi bertabiat induktif ataupun kualitatif, serta hasil riset kualitatif lebih menekankan arti dari pada abstraksi. Riset ini memakai pendekatan deskriptif kualitatif sebab riset ini hendak menganalisa serta mencari ketahui kondisi, ataupun peristiwa yang terdapat di dalam ataupun di dekat rumah makan yang bisa pengaruhi daya muat pemasaran. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 8 informan, 1 owner took 2 pegawai 5 pelanggan. Dalam riset kualitatif, ilustrasi yang dipakai bukan responden, melainkan referensi ataupun peserta ataupun informan yang hendak menyediakan data terkait riset. Metode sampling yang dipakai dalam penelitian ini merupakan tipe purposive sampling ialah metode determinasi ilustrasi dengan estimasi khusus. Informan dalam riset ini ialah bermula dari dari tanya jawab langsung yang diucap selaku referensi. Dalam riset ini memastikan informan dengan memakai metode purposive, ialah diseleksi dengan estimasi serta tujuan khusus,

Data ataupun Sumber data Informasi yang hendak dipakai dalam riset ini merupakan, informasi Data pokok informasi atau sumber data yang didapat langsung dari pelapor atau narasumber tanpa perantara penengah. Informasi ini pula yang berkaitan langsung dengan fokus riset yang dicoba. Informasi inferior informasi yang didapat dengan cara tidak langsung ataupun dari pihak ketiga semacam data mengenai rumah makan pula data bonus yang bisa dipakai selaku referensi dalam riset hal marketing mix. Informasi ini dapat diterima dari bermacam pangkal semacam buku, jurnal, ataupun postingan. Dalam metode pengumpulan informasi adata pada riset ini dipergunakan bermacam metode, ialah tanya jawab, pemantauan serta pemilihan. Ketiga metode itu dipergunakan buat mendapatkan informasi serta data yang silih mendukung serta memenuhi mengenai Analisis Marketing Mix Terhadap Volume Penjualan Barang Dan Jasa Pada Usaha Paramita Ban Di Surabaya. Peneliti melakukan interpretatif dari hasil terhadap wawancara dengan manajer paramita ban di Surabaya

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk merupakan suatu yang dapat ditawarkan kepasar buat memperoleh atensi buat dibeli, dipakai, ataupun dikonsumsi, alhasil sanggup penuhi keinginan serta kebutuhan. Produk terdiri dari gabungan barang serta pelayanan oleh sesuatu industri yang ditawarkan kepada target konsumen. Produk yang ditawarkan pada Paramitha ban menyediakan berbagai macam merek ban, ukuran ban dari truk sampai kendaraan kecil atau mobil dan sepeda motor .

Harga ialah elemen yang mempengaruhi langsung kepada keuntungan perusahaan. Tingkatan harga yang ditetapkan pengaruhi volume yang terjual. Tidak hanya itu, dengan cara tidak langsung harga pula pengaruhi bayaran, sebab jumlah yang terjual mempengaruhi pada bayaran yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan kemampuan penciptaan. Manajer Paramita ban mempertimbangkn sebagian aspek dalam memastikan harga yang hendak ditawarkan untuk pelanggan. manajer melaporkan kalau determinasi harga didapat dihitung dari harga utama stock benda dan mutu jasa yang di punya oleh paramitha ban. manajer sudah memastikan harga pada paramitha ban yang ditaksir sangat efisien yang dianggap terjangkau tetapi juga masih profitabel manajer memperhitungkan kalau harga terjangkau ini amat bersaing bila dibanding dengan pesaing- pesaing lainnya.

Posisi outlet bisa memastikan ketetapan pelanggan buat membeli ataupun tidak membeli produk industri. Tidak hanya itu, akses yang gampang serta kerap dilewati dan nampak oleh banyak orang ialah posisi yang bagus buat dijadikan strategi penjualan. Patamita Ban terdapat di Bahu Jalan, Surabaya. Determinasi posisi bidang usaha ini dicoba oleh Manajer dengan metode memastikan terlebih dulu pembagian pasar semacam apa yang mau ditargetkan untuk bidang usaha ini. Sehabis memastikan sasaran pasar yang di idamkan, ialah pegawai kantoran, ASN serta swasta, owner setelah itu mencari serta melaksanakan survey sebagian tempat buat Paramita ban. manajer paramitha ban Paramita Ban sediakan daya kegiatan yang berpengalaman serta berdedikasi besar di bawa mesin- mesin yang cermat dalam pemeliharaan ban(Sporing

serta Balancing) serta karyawan pedagang mereka yang hendak menolong dalam penentuan ban yang pas serta nyaman. Paramitha ban bisa dibilang cukup kompetitif dengan pesaing-pesaing mereka yang bergerak di bidang tersebut juga. Terbukti dalam rating pada googlemaps mendapatkan 4,5/5. Angka ini merupakan angka yang cukup tinggi .

Promosi merupakan salah satu wujud terbesar dari strategi penjualan. Strategi penjualan memakai promosi ialah perihal yang amat biasa dicoba oleh beberapa besar industri. Tipe promosi yang dicoba tiap industri pula bisa beraneka ragam terkait besar kecilnya rasio yang ditargetkan, pasar target, bahan- bahan yang hendak dipromosikan serta sedang banyak lagi perihal yang lain yang bisa pengaruhi jatah promosi sesuatu industri. Paramitha Ban melaksanakan promosi lewat sarana website. Paramitha Ban mempunyai website yang bisa diakses para pelanggan ataupun banyak orang. Manajer menerangkan kalau determinasi pemakaian sarana website sebagai sesuatu wujud promosi dibantu oleh penghitungan akan media yang banyak dipakai oleh warga serta sasaran pasar yang terdapat.

Dalam tiap proses wajib mempunyai integritas intelektual serta tingkatan pemahaman yang lebih besar pada pelanggan. Serta pula wajib meningkatkan keyakinan, berinteraksi serta mengaplikasikan nilai- nilai etika pokok yang bisa tingkatkan kepercayaan pelanggan. Proses yang diseleksi bakal memiliki dampak waktu jauh pada efisiensi serta produksi, sedemikian itu pula pada fleksibilitas bayaran serta mutu barang serta pelayanan yang dibuat. Produk yang diadakan Paramitha Ban pula membutuhkan cara untuk dapat dinikmati oleh para kliennya. Bukan cuma membagikan mutu produk yang baik, suatu cara melingkupi semua aktivitas dari dini pelanggan datang di lokasi bidang usaha sampai dikala pelanggan hendak meninggalkan lokasi bidang usaha setelah melakukan pembelian produk. Untuk proses ini, Paramitha ban mempraktikkan sebagian tahapan hingga pelanggan meninggalkan lokasi bidang usaha. Disebabkan oleh pandemic covid- 19, Paramitha ban wajib meningkatkan penerapan protocol kesehatan dalam cara bidang usaha.

Manusia (people) ialah aset penting dalam perusahaan barang ataupun jasa, terlebih lagi manusia yang diartikan disini yang ialah tenaga kerja dengan performance besar. keperluan pelanggan kepada pegawai berkinerja besar akan menimbulkan pelanggan puas serta loyal. Untuk melaksanakan bidang usaha Pelayanan serta Pemeliharaan Ban, Manajer Paramitha Ban mengetahui kebutuhan akan sumber daya manusia ataupun kehadiran pegawai guna menunjang pemilik melaksanakan usaha. banyaknya serta mutu pegawai betul- betul dipikirkan oleh owner supaya dapat memberikan produk yang terbaik pada pelanggan. Untuk memilah pegawai yang dapat bertugas di Paramitha Ban, owner memutuskan beberapa poin penting yang wajib dipunyai pelamar, yakni kerajinan, kejujuran, dan Pakar di bidangnya. Akibat dari kemampuan pegawai kepada Paramitha ban bisa nampak nyata dari statment pelanggan hal pelayanan yang mereka dapat disaat membeli produk Layanan di Paramitha ban. Dari sebagian ilustrasi pelanggan, seluruhnya menyatakan kalau mereka merasa jasa yang mereka dapat dari para tenaga kerja teknis di Paramitha ban merupakan jasa yang bagus serta bermutu.

Dalam menjual sesuatu produk ataupun pelayanan, konsumen menginginkan bukti fisik buat menjalin kepercayaan dalam jalinan bisnis yang lebih jelas. Sebagai bukti ulasan terbaik perihal mutu bukti fisik yang diberikan Paramitha Ban untuk pelanggan, opini pelanggan itu sendiri merupakan statment yang sangat besar akurasinya. KonsumenParamitha Ban melaporkan kalau sarana bukti fisik yang diberikan oleh Paramitha Ban berada dalam keadaan yang bagus serta dapat digunakan serta dinikmati dengan bagus pula. Pelanggan melaporkan kalau bukti fisik yang bagus pula merupakan daya tarik tertentu dari Paramitha Ban, sebab sanggup membuat pelanggan merasa nyaman disaat pelayanan ban di Paramitha Ban. Semua sampel pelanggan juga menyatakan kalau mereka tidak mempunyai keluhan.

Melaksanakan bisnis akan amat tergantung pada volume penjualan yang bisa diraih setiap harinya. Guna memperoleh volume penjualan yang profitabel, seluruh upaya serta pertimbangan dilakukan serta dianalisa oleh owner supaya volume penjualan dapat tetap bertambah serta tidak alami penyusutan. Marketing mix yang telah dianalisa nyatanya mempunyai begitu banyak pengaruh langsung kepada daya tarik pelanggan kepada sesuatu produk yang mau mereka beli, dimana perihal ini ialah perihal penting dalam jumlah volume penjualan. Dikala mendirikan bidang usaha Paramitha Ban owner belum paham dengan betul perihal dampak marketing mix kepada volume penjualan produk mereka, tetapi karena marketing mix merupakan perihal penting dalam bisnis, owner juga dengan otomatis dan secara natural melaksanakan yang terbaik buat unsur- faktor marketing mix itu sendiri. Walaupun awal mulanya cuma berpacu pada segmentasi sasaran pasar dimana owner memandang kesempatan bisnis, tetapi bersamaan berjalan waktu, unsur- unsur marketing mix

dikembangkan untuk menjaga serta terlebih lagi meningkatkan volume penjualan yang ada.

SIMPULAN

Dengan melaksanakan penelitian dengan menggunakan metode kualitatif yang bermaksud buat mengetahui bagaimana Marketing Mix pada volume penjualan pada salah satu objek penelitian yakni UMKM Paramitha Ban, penulis bisa merumuskan jika marketing mix yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, proses, sumber daya manusia serta bukti fisik mempunyai imbas positif pada volume penjualan Paramitha Ban.

Bersumber pada hasil tanya jawab, hasil penelitian serta hasil pemahaman penulis, Paramitha ban sudah mempraktikkan strategi marketing mix dalam melaksanakan bisnis, serta sudah menerima imbas positif dari implementasi marketing mix dengan cara alami pada volume penjualan Paramitha Ban. Walaupun belum begitu mencermati serta belum begitu paham perihal marketing mix, Paramitha ban dengan cara alami telah memikirkan seluruh faktor marketing mix dalam memberikan yang terbaik untuk pelanggan, yang membawa Paramitha Ban pada kenaikan volume penjualan.

Dengan dibuatnya penelitian ini bertepatan dengan tanya jawab, penulis bisa bersama memberi serta bertukar wawasan bersama owner, pegawai serta terlebih lagi sebagian pelanggan Paramitha Ban perihal marketing mix pada volume penjualan Paramitha Ban alhasil riset ini juga membuat penulis membiasakan hal-perihal yang baru dari pemikiran yang baru dan bisa membawa owner pada pemahaman akan pentingnya pengertian serta pelaksanaan yang mendalam perihal marketing mix. guna menaikkan volume penjualan Paramitha Ban

DAFTAR PUSTAKA

- Basuki, K. (2019). Manajemen Produk. ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, 53(9), 1689–1699. www.journal.uta45jakarta.ac.id
- Boyatzis, A. (2018). Fungsi Pemasaran Di Dalam Dunia Bisnis. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Forijati, F., & Ridwan, R. (2020). Analisis Marketing Mix dalam Meningkatkan Jumlah Pembeli Ayam Geprek Mbok Moro Kota Kediri. *Efektor*, 7(1), 49–58. <https://doi.org/10.29407/e.v7i1.14379>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 01(01), 1689–1699.
- Malau. (2020). Pengaruh Brand Trust , Kualitas Produk dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Yakult (Pada Konsumen Padepokan Tari Langen Kusuma Ponorogo). *Jurnal Universitas Muhammadiyah Ponorogo*, 8–30. [http://eprints.umpo.ac.id/5839/3/BAB II.pdf](http://eprints.umpo.ac.id/5839/3/BAB%20II.pdf)
- Nasution, M. I., Prayogi, M. A., & Nasution, S. M. A. (2017). Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan (Analysis of the effect of marketing mix to sales volume). *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1012560>
- paramitaban.com - Home. (n.d.). Retrieved June 14, 2022, from <https://paramitaban.com/>
- Pasaribu. (2018). Hambatan Penjualan. Pelaksanaan Penjualan Produk Busana Casual Pada PT Gilang Garmino Jakarta, 7–17. https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/260867/File_9-Bab-I-Pendahuluan.pdf
- Poluan, F. M. A., Mandey, S. L., & Ogi, I. W. J. (2019). Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Minuman Kesehatan Instant Alvero). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 2969–2978.
- Sasangka, I., & Rusmayadi, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Ilmiah Oline STIE Muhammadiyah Bandung*, 2(1), 129–154.
- Taroreh, G. A., Mananeke, L., & Roring, F. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Mobil Mitsubishi Xpander Pada Pt. Bosowa Berlianmotor Kairagi Marketing Strategy Analysis in Increasing the Sales Volume of Mitsubishi Xpander Cars At Pt. Bosowa Berlian Motor Kairagi. *Analisis Strategi..... 3683 Jurnal EMBA*, 6(4), 3683–3692.
- UMKM. (n.d.). Retrieved June 13, 2022, from <https://rejosari.semarangkota.go.id/umkm>
- Zahrah, A., Mandey, S. L., Mangantar, M., Manajemen, J., Ekonomi, F., Sam, U., & Manado, R. (2021). Analisis Marketing Mix Terhadap Volume Penjualan Pada UMKM RM. Solideo Kawasan Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 216–226. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/36216>