

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin banyaknya usaha kuliner yang ada di Tulungagung sehingga menuntut para pelaku usaha untuk terus berinovasi menciptakan strategi usaha yang digunakan untuk menarik minat calon konsumen agar usahanya dapat terus berkembang sekaligus mampu bersaing dipasaran. Salah satu strategi yang digunakan untuk menghadapi persaingan diantara usaha-usaha lain adalah strategi bauran pemasaran.

Strategi pemasaran yang diterapkan pada Rumah Makan Bu Lis adalah strategi bauran pemasaran 7P. Fokus penelitian ini adalah (1) Bagaimana strategi bauran pemasaran 7P yang diterapkan pada bisnis kuliner Rumah Makan Bu Lis Plandaan Kedungwaru Tulungagung? (2) Bagaimana kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi bauran pemasaran 7P pada bisnis kuliner Rumah Makan Bu Lis Plandaan Kedungwaru Tulungagung? Sedangkan tujuan dalam penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui strategi bauran pemasaran 7P yang diterapkan pada bisnis kuliner Rumah Makan Bu Lis Plandaan Kedungwaru Tulungagung. (2) Untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi bauran pemasaran 7P pada bisnis kuliner Rumah Makan Bu Lis Plandaan Kedungwaru Tulungagung

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif jenis deskriptif. Sumber data yang di peroleh adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini adalah: produk pada Rumah Makan Bu Lis mempunyai cukup banyak varian. Terdapat potongan pada harga dan juga terjangkau. Tempat strategis dan bersih. Promosi yang dilakukan oleh Rumah Makan Bu Lis dilakukan dengan menggunakan media sosial serta menggunakan promosi dengan metode mulut ke mulut. Orang ataupun SDM ditempatkan sesuai keahliannya dan langsung praktek. Proses berupa peralatan pendukung produk lengkap dan memadai. Bukti fisik berupa fasilitas untuk kenyamanan konsumen memadai dan tempat bersih.

Kata kunci: Strategi, Bauran Pemasaran, Bisnis Kuliner.

## **ABSTRACT**

This research is motivated by the increasing number of culinary businesses in Tulungagung so that it requires business actors to continue to innovate and create business strategies that are used to attract potential consumers so that their business can continue to grow while being able to compete in the market. One of the strategies used to face competition among other businesses is the marketing mix strategy.

The marketing strategy applied to Bu Lis Restaurant is the 7P marketing mix strategy. The focus of this research is (1) How is the 7P marketing mix strategy applied to the culinary business of Bu Lis Restaurant? Plandaan Kedungwaru Tulungagung? (2) What are the obstacles faced in implementing the 7P marketing mix strategy in the culinary business of Bu Lis Plandaan Restaurant, Kedungwaru Tulungagung? While the objectives of this research are (1) to find out the 7P marketing mix strategy applied to the culinary business of Bu Lis Plandaan Restaurant Kedungwaru Tulungagung. (2) To find out the obstacles faced in implementing the 7P marketing mix strategy in the culinary business of Bu Lis Plandaan Restaurant, Kedungwaru Tulungagung,

This study used a descriptive qualitative approach. Sources of data obtained are primary data and secondary data. Collection technique data by observation, interviews and documentation. The data analysis technique uses data reduction, data presentation and conclusion drawing.

The results of this study are: the product at Bu Lis Restaurant has quite a lot of variants. There are discounts on prices and they are also affordable. Strategic place and clean. Promotions carried out by Bu Lis Restaurant are carried out using social media and using word of mouth promotion . People or human resources are placed according to their expertise and immediately practice. The process is in the form of complete and adequate product support equipment . Physical evidence in the form of adequate facilities for consumer convenience and a clean place.

**Keywords:** Strategy, Marketing Mix, Culinary Business