

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omset Penjualan di Warung Bakso Ceria Kediri” yang ditulis oleh Dewi Suci Prastyaning Putri, NIM 12405183282, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah. Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, pembimbing Dr. Qomarul Huda M. Ag.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh strategi pemasaran 4P yang diterapkan oleh Warung Bakso Ceria Kediri ke 12 cabang yang didirikan yaitu dari segi produk yang memiliki kualitas bahan yang bagus sehingga dapat mempertahankan konsumennya dalam peningkatan omset, dan juga dari segi harga menawarkan dengan harga yang cukup terjangkau untuk semua kalangan, tentunya kurangnya penggunaan promosi di media sosial membuat Warung Bakso Ceria Kediri tidak terlalu dikenal oleh orang jauh, sedangkan dari segi distribusi/tempat yang sudah didirikan memiliki 12 cabang jadi dapat membantu dalam hal meningkatkan omset.

Fokus penelitian dalam penulisan skripsi adalah: 1) Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh Warung Bakso Ceria Kediri dalam meningkatkan omset penjualan. 2) Apa faktor pendukung strategi pemasaran yang dilakukan oleh Warung Bakso Ceria Kediri. 3) Apa faktor penghambat strategi pemasaran yang terjadi pada Warung Bakso Ceria Kediri. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh Warung Bakso Ceria Kediri dalam meningkatkan omset penjualan, untuk mengetahui faktor pendukung strategi pemasaran yang dilakukan oleh Warung Bakso Ceria Kediri, untuk mengetahui faktor penghambat strategi pemasaran yang dilakukan oleh Warung Bakso Ceria Kediri.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis deskriptif. Sumber data yang diperoleh adalah data primer. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Warung Bakso Ceria Kediri menerapkan strategi pemasaran 4P terkait tentang logo dan mereknya yang belum bisa membuat konsumen dapat memastikan tentang ciri khas dari Warung Bakso Ceria Kediri. Terkait harga yang ditetapkan tergolong murah sehingga semua kalangan dapat menjangkaunya. Dengan begitu Warung Bakso Ceria Kediri belum menggunakan teori pemasaran secara bagus.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran, Faktor Pendukung dan Penghambat, Peningkatan Omset*

ABSTRACT

Thesis entitled "Analysis of Marketing Strategy in Increasing Sales Turnover at Warung Bakso Ceria Kediri" written by Dewi Suci Prastyaning Putri, NIM 12405183282, Faculty of Islamic Economics and Business, Department of Sharia Business Management. Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung State Islamic University, supervisor Dr. Qomarul Huda M.Ag.

This research is motivated by the 4P marketing strategy implemented by Warung Bakso Ceria Kediri to the 12 branches that were established, namely in terms of products that have good quality ingredients so that they can retain their customers in increasing turnover, and also in terms of price offering prices that are quite affordable for all circles, of course the lack of use of promotions on social media makes Warung Bakso Ceria Kediri not very well known by people far away, whereas in terms of distribution/places that have been established it has 12 branches so it can help in terms of increasing turnover.

The focus of research in thesis writing is: 1) How is the marketing strategy implemented by Warung Bakso Ceria Kediri in increasing sales turnover. 2) What are the supporting factors for the marketing strategy carried out by Warung Bakso Ceria Kediri. 3) What are the inhibiting factors of the marketing strategy that occurred at Warung Bakso Ceria Kediri. The purpose of this study was to find out the marketing strategy implemented by Warung Bakso Ceria Kediri in increasing sales turnover, to find out the supporting factors for the marketing strategy carried out by Warung Bakso Ceria Kediri, to find out the inhibiting factors for the marketing strategy carried out by Warung Bakso Ceria Kediri.

This research uses a qualitative method with a descriptive type. Source of data obtained is primary data. Data collection techniques with observation, interviews and documentation. Data analysis techniques use data reduction, presenting data and drawing conclusions. The results of this study indicate that Warung Bakso Ceria Kediri applies a 4P marketing strategy related to its logo and brand which has not been able to make consumers sure about the characteristics of Warung Bakso Ceria Kediri. Regarding the price set, it is relatively cheap so that all people can reach it. That way Warung Bakso Ceria Kediri has not used marketing theory well.

Keywords: *Marketing Strategy, Supporting and Inhibiting Factors, Increased Turnover*