

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha (Studi Kasus Pada Industri Kacang Asin Merek Rajawali Desa Dono Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung)”, yang ditulis oleh Anyes Winawang, NIM 12405193117, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, dengan dosen pembimbing Lativa Hartiningtyas, M.Pd.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh analisis strategi bauran pemasaran 9P (*marketing mix*) sangat penting bagi setiap perusahaan yang bergerak di bidang produk maupun jasa. Semakin ketatnya persaingan usaha antara pelaku usaha, maka pada setiap perusahaan besar maupun kecil dituntut untuk lebih memperhatikan strategi pemasarannya. Setiap perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang tepat dan efektif agar tujuannya tercapai.

Fokus penelitian dalam skripsi ini yaitu (1) Bagaimana perencanaan strategi pemasaran di Industri Kacang Asin Merek Rajawali dalam meningkatkan pendapatan perusahaan? (2) Bagaimana implementasi strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh Industri Kacang Asin Merek Rajawali dalam meningkatkan pendapatan perusahaan? (3) Bagaimana evaluasi strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh Industri Kacang Asin Merek Rajawali dalam meningkatkan pendapatan perusahaan?.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Serta menggunakan teknik analisis data dan pengecekan keabsahan temuan.

Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Perencanaan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Industri Kacang Asin Merek Rajawali. (2) Implementasi strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh Industri Kacang Asin Merek Rajawali dalam meningkatkan pendapatan perusahaan. (3) evaluasi strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh Industri Kacang Asin Merek Rajawali dalam meningkatkan pendapatan perusahaan.

Kata Kunci: Pemasaran, Pendapatan, Usaha

ABSTRACT

Thesis with the title "Marketing Mix Strategy in Increasing Business Income (Case Study in Salted Peanut Industry Rajawali Brand Dono Village, Sendang District, Tulungagung Regency)", written by Anyes Winawang, NIM 12405193117, Department of Sharia Business Management, with lecturer Lativa Hartiningtyas, M.Pd.

This research is motivated by an analysis of the marketing mix strategy 9P (marketing mix) which is very important for every company engaged in the field of products and services. The more intense business competition between business actors, every large or small company is required to pay more attention to its marketing strategy. Every company must have an appropriate and effective marketing strategy so that its goals are achieved.

The focus of research in this thesis is (1) How is marketing strategy planning in the Rajawali Brand Salted Peanut Industry in increasing company revenue? (2) How is the implementation of the marketing mix strategy carried out by the Rajawali Brand Salted Peanut Industry in increasing the company's revenue? (3) How is the evaluation of the marketing mix strategy carried out by the Rajawali Brand Salted Peanut Industry in increasing the company's revenue?

This study uses a qualitative research approach with a case study type of research. Sources of data used are primary data and secondary data. Data collection techniques through interviews, observation, and documentation. As well as using data analysis techniques and checking the validity of the findings.

The results of this study are as follows: (1) Marketing strategy planning carried out by the Rajawali Salted Peanut Industry. (2) Implementation of the marketing mix strategy carried out by the Rajawali Brand Salted Peanut Industry in increasing the company's revenue. (3) evaluation of the marketing mix strategy carried out by the Rajawali Brand Salted Peanut Industry in increasing the company's revenue.

Keywords: Marketing , Income, Business