

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menunjang Pengembangan Usaha (Studi pada Usaha Bakso Sonya Desa Kanigoro Kecamatan Kras Kabupaten Kediri)” yang ditulis oleh Nabilla Febri Lusiyanti, NIM. 12405183242, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, pembimbing Dr. Qomarul Huda, M.Ag.

Penelitian ini di latarbelakangi oleh ketatnya persaingan dengan usaha lain yang menjual produk yang sama. Bakso Sonya sebagai salah satu usaha di bidang kuliner atau makanan yang terus berinovasi dalam mengembangkan dan mempertahankan usahanya. Selain itu, Bakso Sonya telah memiliki cabang di luar daerah sebanyak 4 tempat. Dari ke empat cabang yang dimiliki Usaha Bakso Sonya ini menerapkan strategi pemasaran yang sama.

Rumusan masalah penelitian ini yaitu: 1) Bagaimana strategi pemasaran dalam menunjang pengembangan usaha di Bakso Sonya? 2) Apa saja faktor pendukung strategi pemasaran dalam menunjang pengembangan usaha di Bakso Sonya? dan 3) Apa saja faktor penghambat strategi pemasaran dalam menunjang pengembangan usaha di Bakso Sonya?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data dianalisis melalui tiga tahapan, yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Triangulasi digunakan untuk pengecekan keabsahan data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Usaha Bakso Sonya telah menerapkan strategi pemasaran yaitu dengan menerapkan bauran pemasaran seperti produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Bakso Sonya selalu menjaga kualitas produk dengan baik. Tidak hanya kualitas produk, harga yang ditawarkan Bakso Sonya termasuk terjangkau untuk semua kalangan. Terkait dengan tempat, bakso Sonya melakukan pemilihan tempat usaha yang strategis dan dapat dilalui oleh banyak orang. Selain itu, ada juga startegi dalam promosi yang dimana Bakso Sonya memanfaatkan sosial media dan memasang pamflet di tempat tertentu. Kegiatan bauran pemasaran tersebut di laksanakan dengan baik dan berjalan dengan lancar sehingga dapat menunjang pengembangan usaha Bakso Sonya. 2) Ada beberapa faktor pendukung strategi pemasaran untuk mengembangkan usaha Bakso Sonya. Dari segi produk yaitu Bakso Sonya memiliki varian produk dan menjaga kualitas. Bakso Sonya menawarkan harga terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang diberikan. Selain itu, untuk tempat sendiri Bakso Sonya memiliki tempat strategis dan menjaga kebersihan. Dan yang terakhir adalah dari segi promosi yang mana Bakso Sonya memanfaatkan sosial media untuk mengenalkan produk maupun usahanya kepada banyak konsumen. 3) Untuk faktor penghambat yang dihadapi oleh Bakso Sonya yaitu susah mencari tempat untuk membuka cabang baru. Tidak hanya itu saja, dalam melakukan promosi yang melalui sosial media Bakso Sonya pernah mengalami penipuan. Dari hambatan tersebut, Usaha Bakso Sonya memiliki solusi masing-masing.

Kata Kunci: *Strategi pemasaran, bauran pemasaran, pengembangan usaha*

ABSTRACT

Thesis with the title "Analysis of Marketing Strategy in Supporting Business Development (Study on Sonya Meatball Business, Kanigoro Village, Kras District, Kediri Regency)" written by Nabilla Febri Lusiyanti, NIM. 12405183242, Sharia Business Management Study Program, supervisor Dr. Qomarul Huda, M.Ag.

This research is motivated by intense competition with other businesses that sell the same product. Bakso Sonya as one of the businesses in the culinary or food sector that continues to innovate in developing and maintaining its business. In addition, Bakso Sonya has 4 branches outside the region. This is an interesting issue to be studied using the marketing strategy applied.

The formulation of the research problem is: 1) What is the marketing strategy to support business development at Bakso Sonya? 2) What are the supporting factors for the marketing strategy in supporting business development at Bakso Sonya? and 3) What are the inhibiting factors of the marketing strategy in supporting business development at Bakso Sonya?

This study uses a qualitative approach with a descriptive type of research. Data collection techniques were carried out through interviews, observation, and documentation. The data were analyzed through three stages, namely data condensation, data presentation, and drawing conclusions. Triangulation is used to check the validity of the data.

The results showed that: 1) Sonya's Bakso Business has implemented a marketing strategy, namely by implementing a marketing mix such as product, price, place, and promotion. Bakso Sonya always maintains good product quality. Not only the quality of the product, the price offered by Bakso Sonya is also affordable for all groups. Regarding the location, Sonya's meatballs chose strategic business locations that could be accessed by many people. Apart from that, there is also a promotion strategy in which Bakso Sonya takes advantage of social media and puts up flyers in certain places. The marketing mix activities are carried out well and run smoothly so that they can support the development of Sonya's Bakso business. 2) There are several factors supporting the marketing strategy to develop Sonya's Bakso business. From a product perspective, Sonya's meatballs have product variants and maintain quality. Bakso Sonya offers affordable prices and according to the benefits provided. In addition, Bakso Sonya has a strategic location and maintains cleanliness. And the last one is in terms of promotion where Bakso Sonya utilizes social media to introduce its products and business to many consumers. 3) The inhibiting factors faced by Bakso Sonya are the number of competitors offering lower prices. In addition, it is difficult to find a place to open a new branch. Not only that, in carrying out promotions through Bakso Sonya's social media, he has experienced fraud.

Keywords: *Marketing strategy, marketing mix, business development*