

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Restoran Steak Q5 and Bowl Perspektif Manajemen Bisnis Syariah” yang ditulis oleh Moch Cholil Tantowi NIM. 12405193146 Dosen Pembimbing Galih Pradananta, M.Sc.,

Fokus penelitian skripsi ini adalah (1) Bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran pada Restoran Steak Q5 and Bowl? (2) Bagaimana peran strategi bauran pemasaran terhadap peningkatan jumlah volume penjualan pada Restoran Steak Q5 and Bowl Perspektif Manajemen Bisnis Syariah?

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Metode yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data yang diperoleh berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara individu dan data sekunder diperoleh dari sumber pustaka dan dokumen lainnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) penerapan strategi bauran pemasaran pada Restoran Steak Q and Bowl antara lain : Strategi *product* yaitu variasi menu restoran yang bermacam-macam. Strategi *price* yaitu dengan melakukan riset pasar dan memberikan harga sesuai standar pasar . Strategi *place* pemilihan lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen. Strategi *promotion* dengan menyewa jasa orang ketiga atau platform digital yang cukup terkenal sebagai media pemasaran. Strategi *people* mempekerjakan orang sesuai dengan kriteria restoran yang disiplin, rapi dan mau belajar hal baru. Strategi *process* pada pembayaran secara langsung dan via transfer, pada pengiriman produk yaitu melalui grab, gojek maupun maxim. Strategi *physical evidence* dengan menyediakan tempat *indoor* maupun *outdoor*, fasilitas penunjang lain seperti mushola, kamar mandi, wifi. (2) peran strategi bauran pemasaran perspektif manajemen bisnis syariah diidentifikasi dengan fungsi manajemen yaitu: Fungsi *planning*, sebagai rencana untuk menginovasi mengenai penambahan menu produk pada jenis olahan steak dan juga minuman yang *halalan thoyiban*, mengenai promosi pada olahan snack, memperbaiki pelayanan pada konsumen. Fungsi *organizing* dengan melakukan pembagian tugas setiap karyawan sesuai dengan kemampuannya karena Islam senantiasa mendorong para pemeluknya untuk melakukan sesuatu yang terorganisir dengan rapi. Strategi *actuating* dengan memberi arahan terkait tugas yang harus dilakukan oleh karyawan yang mengacu pada *amar ma'ruf nahi munkar*. Strategi *controlling* dengan pengawasan secara langsung pada kegiatan jual beli pada perusahaan.

**Kata Kunci:** Strategi Bauran Pemasaran, Volume Penjualan, Fungsi Manajemen, Perspektif Manajemen Bisnis Syariah

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title "Marketing Mix Strategy in Increasing Sales Volume at Q5 Steak and Bowl Restaurants from the Perspective of Sharia Business Management" written by Moch Cholil Tantowi NIM. 12405193146 Supervisor Galih Pradananta, M.Sc.,*

*The focus of this thesis research is (1) How is the marketing mix strategy implemented at the Q5 Steak and Bowl Restaurant? (2) What is the role of the marketing mix strategy towards increasing the total sales volume at the Q5 Steak and Bowl Restaurant from the Perspective of Sharia Business Management?*

*This study uses a type of qualitative research. The methods used are observation, interviews, and documentation. Sources of data obtained in the form of primary data and secondary data. Primary data was obtained from individual interviews and secondary data was obtained from library sources and other documents.*

*Restaurant includes: Product strategy, which is a variety of restaurant menu variations. The price strategy is to conduct market research and provide prices according to market standards. Place strategy for selecting locations that are easily accessible to consumers. The promotion strategy is by hiring the services of a third person or a well-known digital platform as a marketing medium. The people strategy employs people according to restaurant criteria who are disciplined, neat and willing to learn new things. The process strategy for direct payments and via transfers, for product delivery, namely via grab, gojek and maxim. Physical evidence strategy by providing indoor and outdoor places, other supporting facilities such as prayer rooms, bathrooms, wifi. (2) the role of the marketing mix strategy in the perspective of sharia business management is identified with the management function, namely: Planning function, as a plan to innovate regarding adding a product menu to types of processed steaks and also drinks that are halal thoyiban, regarding promotion of processed snacks, improving service to consumers. Organizing functions by dividing the tasks of each employee according to their abilities because Islam always encourages its adherents to do something neatly organized. The actuating strategy is by giving directions regarding the tasks that must be carried out by employees referring to amar ma'ruf nahi munkar. Controlling strategy with direct supervision of buying and selling activities in the company.*

**Keywords:** *Marketing Mix Strategy, Sales Volume, Management Function, Sharia Business Management Perspective*