

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Bauran Pemasaran 12P Dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen (Studi Kasus Pada Warung Soto Ayam Barokah Boyolangu)” ini ditulis oleh Ferdy Pradana Handiwibowo, NIM. 12405193112, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Pembimbing Lativa Hartiningtyas, M.Pd.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan dunia bisnis yang berkembang pesat, salah satunya di bidang bisnis kuliner. Bisnis kuliner merupakan bisnis yang tidak ada matinya karena berkaitan dengan kebutuhan pangan manusia. Kesuksesan sebuah bisnis tergantung pada sukses atau tidaknya pemasaran yang dilakukan. Tanpa adanya pemasaran, sebuah produk tidak mungkin dapat tersebar luas ke tangan konsumen, sehingga dengan adanya strategi pemasaran akan mempengaruhi munculnya daya tarik konsumen.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah; (1) Bagaimana perencanaan pemasaran warung Soto Ayam Barokah dalam meningkatkan daya tarik konsumen. (2) Bagaimana implementasi strategi pemasaran pada warung Soto Ayam Barokah. (3) Bagaimana dampak dari bauran pemasaran yang diterapkan oleh warung Soto Ayam Barokah.

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian kali ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini berasal dari hasil wawancara dengan narasumber yang terdiri dari; pemilik kegiatan usaha, karyawan, dan konsumen. Berkas dokumentasi dan data sekunder berasal dari buku, jurnal, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara, dan dokumentasi. Pengecekan keabsahan data dengan menggunakan triangulasi.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah (1) Secara keseluruhan strategi pemasaran yang diterapkan oleh Warung Soto Ayam Barokah Boyolangu sudah cukup baik yang dianalisis melalui bauran pemasaran 12P menghasilkan produk yang berkualitas dan memiliki cita rasa yang khas dengan harga yang terjangkau. (2) Promosi yang dilakukan oleh Warung Soto Ayam Barokah Boyolangu hanya mengandalkan kabar dari mulut ke mulut saja dan postingan facebook. Maka untuk itu diharapkan kedepannya dapat membuat sosial media khusus untuk berjualan soto ayam. (3) Dampak dari strategi bauran pemasaran 12P pada Warung Soto Ayam Barokah Boyolangu terhadap daya tarik konsumen.

Kata kunci: Strategi Bauran Pemasaran 12P, Daya Tarik Konsumen.

ABSTRACT

The thesis entitled "Analysis of 12P Marketing Mix Strategies in Increasing Consumer Attractiveness (Case Study on Warung Soto Ayam Barokah Boyolangu)" was written by Ferdy Pradana Handiwibowo, NIM. 12405193112, Faculty of Islamic Economics and Business, Department of Sharia Business Management, Supervisor Lativa Hartiningtyas, M.Pd.

This research is motivated by the rapidly growing development of the business world, one of which is in the culinary business sector. The culinary business is a business that will never die because it is related to human food needs. The success of a business depends on the success or failure of the marketing carried out. Without marketing, it is impossible for a product to be widely distributed into the hands of consumers, so that a marketing strategy will influence the emergence of consumer attractiveness.

The research focus in this thesis is; (1) How is the marketing plan for the Soto Ayam Barokah stall in increasing consumer attractiveness. (2) How is the implementation of the marketing strategy at the Soto Ayam Barokah shop. (3) What is the impact of the marketing mix implemented by the Soto Ayam Barokah shop.

The type of research used in this research uses a qualitative approach with a case study type of research. Sources of data used in this study came from interviews with informants consisting of; business owners, employees, and consumers. Documentation files and secondary data come from books, journals, and previous research related to the research title. Data collection techniques were carried out through field observations, interviews, and documentation. Checking the validity of the data by using triangulation.

The research results obtained are (1) Overall the marketing strategy implemented by Warung Soto Ayam Barokah Boyolangu is good enough which is analyzed through the 12P marketing mix to produce quality products and have a distinctive taste at affordable prices. (2) The promotion carried out by Warung Soto Ayam Barokah Boyolangu only relied on word of mouth and Facebook posts. So for that it is hoped that in the future we can create special social media for selling chicken soup. (3) The impact of the 12P marketing mix strategy at Warung Soto Ayam Barokah Boyolangu on consumer attractiveness.

Keywords: Marketing Mix Strategy 12P, Consumer Attractiveness.