

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Bauran Pemasaran 12P dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha (Studi Kasus pada UD. Warni Jaya Kabupaten Kediri)” ini ditulis oleh Fiara Ayu Priyandini NIM. 12405193119, pembimbing Lativa Hartiningtyas, M.Pd.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penurunan pendapatan usaha yang dialami UD. Warni Jaya karena Pandemi Covid-19 dan pengelolaan pemasaran yang kurang maksimal. Untuk memperbaiki sistem pemasaran dan meningkatkan pendapatannya, UD. Warni Jaya menerapkan strategi bauran pemasaran 12P.

Fokus penelitian dalam skripsi ini yaitu (1) Bagaimana strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan pendapatan usaha pada UD. Warni Jaya Kabupaten Kediri? (2) Apa dampak dari penerapan strategi pada UD. Warni Jaya Kabupaten Kediri? (3) Apa hambatan yang dialami dalam penerapan strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan pendapatan usaha pada UD. Warni Jaya Kabupaten Kediri?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Penerapan strategi bauran pemasaran 12P pada UD. Warni Jaya yaitu a) perencanaan produk, menjaga kualitas produk, b) penetapan harga, mengikuti besar biaya yang dikeluarkan, c) saluran distribusi, memberikan opsi penyaluran produk, d) pemberian merek, memberikan merek produk yang mudah diingat, e) penjualan pribadi, meyakinkan konsumen melalui komunikasi, f) periklanan, melalui media massa, g) promosi, memberikan diskon, h) pengemasan, menggunakan kemasan yang berkualitas, i) tampilan produk, *display* produk sesuai kategori, i) pelayanan, melayani pelanggan dengan ramah, jujur, tanggungjawab, dan tanggap, j) penanganan stok, besarnya stok berdasarkan analisa permintaan pasar, dan k) penemuan fakta dan analisa lapangan, digunakan sebagai landasan mengambil keputusan. (2) Dampak penerapan strategi bauran pemasaran 12P pada UD. Warni Jaya yaitu a) dampak positif, membantu pemasaran yang efektif, meningkatkan volume penjualan, dan meningkatkan pendapatan usaha, b) dampak negatif, tidak ada dampak negatif yang dirasakan oleh UD. Warni Jaya. Namun, bagi konsumen dapat menyebabkan perubahan pola hidup. (3) Hambatan yang dialami oleh UD. Warni Jaya penerapan strategi bauran pemasaran 12P yaitu kurangnya kemampuan SDM terutama dalam teknologi digital dan lokasi usaha yang kurang strategis.

Kata Kunci: *Strategi, Bauran Pemasaran, Pendapatan Usaha*

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title "Analysis of 12P Marketing Mix Strategy in Increasing Business Income (Case Study at UD. Warni Jaya Kediri Regency)" is written by Fiara Ayu Priyandini NIM. 12405193119, supervisor Lativa Hartiningtyas, M.Pd.*

*This research is motivated by the decline in business income experienced by UD. Warni Jaya due to the Covid-19 Pandemic and less than optimal marketing management. To improve the marketing system and increase its income, UD. Warni Jaya implemented a 12P marketing mix strategy.*

*The focus of research in this thesis is (1) How is the marketing mix strategy in increasing business income at UD. Warni Jaya Kediri Regency? (2) What is the impact of the implementation of the strategy on UD. Warni Jaya Kediri Regency? (3) What are the obstacles experienced in implementing the marketing mix strategy in increasing business revenue at UD. Warni Jaya Kediri Regency?*

*This research uses a qualitative approach with a case study method. Data collection techniques through interviews, observation and documentation. Data analysis techniques using data reduction, data presentation and conclusion drawing or verification.*

*The results of this study indicate that (1) Implementation of the 12P marketing mix strategy at UD. Warni Jaya, namely a) product planning, maintaining product quality, b) pricing, following the amount of costs incurred, c) channels distribution, providing product distribution options, d) branding, providing memorable product brands, e) personal selling, convincing consumers through communication, f) advertising, through mass media, g) promotion, providing discounts, h) packaging, using quality packaging, i) product display, product display according to category, i) servicing, serving customers in a friendly, honest, responsible, and responsive manner, j) stock handling, the amount of stock is based on analyzing market demand, and k) fact finding and analysis, used as a basis for making decisions. (2) The impact of implementing the 12P marketing mix strategy at UD. Warni Jaya, namely a) positive impact, helping effective marketing, increasing sales volume, and increasing business income, b) negative impact, there is no negative impact felt by UD. Warni Jaya. However, for consumers it can cause changes in lifestyle. (3) Obstacles experienced by UD. Warni Jaya in implementing the 12P marketing mix strategy, namely the lack of human resource skills, especially in digital technology and a less strategic business location.*

*Keywords: Strategy, Marketing Mix, Business Income*