

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Penerapan Strategi Marketing Mix 9P Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha (Studi Kasus Pada Industri Keripik Tempe ROB Warkop)”, yang ditulis oleh Nabila Tata Nurzelina, NIM 12405193105, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, dengan dosen pembimbing Lativa Hartiningtyas, M.Pd.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh penerapan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) 9P 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 Keripik Tempe ROB Warkop dalam meningkatkan pendapatan perusahaan? (2) Bagaimana implementasi strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh Industri Keripik Tempe ROB Warkop dalam meningkatkan pendapatan perusahaan? (3) Bagaimana evaluasi strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) 9P yang dilakukan oleh Industri Keripik Tempe ROB Warkop dalam meningkatkan pendapatan perusahaan? Penelitian ini menggunakan metode pendekatan 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 Keripik Tempe ROB Warkop. (2) Implementasi strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh Industri Keripik Tempe ROB dalam meningkatkan pendapatan perusahaan. (3) evaluasi strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh Industri Keripik Tempe ROB Warkop dalam meningkatkan pendapatan perusahaan.

Kata Kunci: Pemasaran, Pendapatan, Usaha

ABSTRACT

This thesis entitled "Application of 9P Marketing Mix Strategy in Increasing Business Revenue (Case Study on ROB Warkop Tempe Chips Industry)", written by Nabila Tata Nurzelina, NIM 12405193105, Department of Sharia Business Management, with supervisor Lativa Hartiningtyas, M .Pd.

This research is motivated by the implementation of the 9P marketing mix strategy is very important for every company engaged in products and services. The tighter business competition between business actors, every large and small company is required to pay more attention to its marketing strategy. Every company must have a proper and effective marketing strategy so that its goals are achieved.

The focus of research in this thesis is (1) How is the marketing strategy planning in the ROB Warkop Tempe Chips Industry in increasing company revenue? (2) How is the implementation of the marketing mix strategy carried out by the ROB Warkop Tempe Chips Industry in increasing the company's revenue? (3) How is the evaluation of the 9p marketing mix strategy carried out by ROB Warkop's Tempe Chips Industry in increasing the company's revenue? This research uses a qualitative research approach method with a case study type of research. The data sources 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 findings.

The results of this study are as follows: (1) Marketing strategy planning carried out by the ROB Warkop Tempe Chips Industry. (2) Implementation of marketing mix strategy carried out by ROB Tempeh Chips Industry in increasing company revenue. (3) evaluation of the marketing mix strategy carried out by the ROB Warkop Tempe Chips Industry in increasing the company's revenue.

Keywords: Marketing, Income, Business