

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi 9P *Marketing Mix* Pada Manajemen Pemasaran Sebagai Upaya Peningkatan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Usaha Kuliner Seblak B’rasa)” ini ditulis oleh Karisma Mufidatul Khusna, NIM. 12405193077, pembimbing Lativa Hartiningtyas, M.Pd.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh analisis strategi bauran pemasaran 9P (*marketing mix*) sangat penting bagi setiap perusahaan yang bergerak di bidang produk maupun jasa. Para pelaku kegiatan usaha kini saling berlomba-lomba untuk memasarkan produk hasil dari UMKM nya agar dapat meningkatkan volume penjualan melalui pemasaran yang kreatif dan menarik. Oleh sebab itu *marketing mix* dapat menjadi salah satu acuan untuk pemilik kegiatan usaha dalam mensukseskan pemasaran dan meningkatkan volume penjualan.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah: (1) Bagaimana usaha kuliner Seblak B’rasa dalam menerapkan strategi bauran pemasaran; (2) Bagaimana dampak dari strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh usaha kuliner Seblak B’rasa.

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian kali ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Sumber data yang digunakan pada penelitian kali ini berasal dari hasil wawancara dengan narasumber yang terdiri dari; pemilik kegiatan usaha, karyawan kegiatan usaha, serta konsumen kegiatan usaha. 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.

Hasil dari penelitian ini adalah: (1) Penerapan strategi bauran pemasaran 9P *marketing mix* yang dilakukan oleh UMKM usaha kuliner Seblak B’rasa untuk meningkatkan volume penjualan; (2) Hasil dari usaha kuliner Seblak B’rasa setelah menerapkan strategi bauran pemasaran 9P *marketing mix* serta dampaknya dalam meningkatkan volume penjualan.

Kata Kunci: Strategi 9P *Marketing Mix*, Usaha Kuliner, Volume Penjualan

ABSTRACT

Thesis with the title "9P Marketing Mix Strategy in Marketing Management as an Effort to Increase Sales Volume (Case Study at Culinary Business Seblak B'rasa Kediri)" is written by Karisma Mufidatul Khusna, NIM. 12405193077, supervisor Lativa Hartiningtyas, M.Pd.

This research is motivated by the analysis of the 9P marketing mix strategy (marketing mix) is very important for every company engaged in the field of products and services. Business actors are now competing with each other to market products from their MSMEs in order to increase revenue through creative and attractive marketing. Therefore, the marketing mix can be one of the references for business activity owners in successful marketing and increasing sales volume.

The focus of research in this thesis are: (1) How does Seblak B'rasa's implement the marketing mix strategy;(2) What is the impact of the marketing mix strategy implemented by culinary business Seblak B'rasa's.

The type of research used in this research uses a qualitative approach with a case study type of research. The data sources used in this research come from interviews with resource persons consisting of; business activity owners, business activity employees, and business activity 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.

The results of this study are: (1) The application of the 9P marketing mix strategy carried out by culinary business Seblak B'rasa's MSMEs to increase their business income; (2) The results of culinary business Seblak B'rasa's after applying the 9P marketing mix strategy and its impact in increasing sales volume.

Keywords: *9P Marketing Mix Strategy, Culinary Business, Sales Volume*