

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi *Marketing Mix* Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Rumahan Yusika Catering Tulungagung” yang ditulis oleh Sri Wahyuningsih Nim. 126405203255 Dosen Pembimbing Mega Tunjung Hapsari, M.A.P.

Fokus Penelitian skripsi ini adalah (1) Untuk menganalisis strategi *marketing mix* pada usaha rumahan Yusika Catering Tulungagung (2) Untuk mengetahui faktor pendorong dan penghambat strategi *marketing mix* pada usaha rumahan Yusika Catering Tulungagung

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) strategi *marketing mix* pada usaha rumahan Yusika Catering Tulungagung antara lain: Strategi *product planning* yaitu produk yang ditawarkan bermacam-macam, kualitas produk yang diberikan bagus dengan pemilihan dari bahan baku yang terbaik. Strategi *pricing* yaitu harga yang diberikan oleh Yusika Catering Tulungagung sesuai dengan standar pasar dan harga produk sesuai dengan kualitas yang diberikan. Strategi *Channels of Distribusi* yaitu saluran distribusi yang diterapkan oleh Yusika Catering Tulungagung tidak menggunakan perantara dari pihak lain dan target pasar yang dimiliki dari kalangan menengah sampai keatas. Strategi *Branding* yaitu menciptakan merek dagang yang mudah dikenal dan menjelaskan mengenai jenis usaha. Strategi *Advertising* yaitu untuk periklanan Yusika Catering menggunakan media digital melalui Instagram dan WhatsApp. Strategi *Promotion* yaitu memberikan bonus kepada pelanggan. Strategi *Packaging* yaitu tidak memiliki standar dalam pengemasan. Strategi *Display* yaitu setiap produk yang ada di Yusika Catering Tulungagung penampilannya selalu dibuat semenarik mungkin. Strategi *Servicing* yaitu memberikan pelayanan yang terbaik dan menerima segala bentuk kritik maupun saran. Strategi *Physical Handling* yaitu memilih bahan baku yang berkualitas tinggi, pembelian bahan baku sesuai dengan jumlah pemesanan, transportasi yang digunakan ada mobil dan motor. Strategi *Fact Fiding and Aanalysis* yaitu masalah yang muncul kurang telitinya dalam pengemasan. (2) faktor pendorong dan penghambat strategi *marketing mix* yaitu strategi *marketing mix* yang menjadi faktor pendorong antara lain *product planning, pricing, advertising, servicing, channels of distribution, packaging, promotion, physical handling, branding, display*. Sedangkan untuk faktor pendorong dari *marketing mix* antara lain *fact fiding and analysis*.

kata kunci: Strategi, Pemasaran, Strategi *Marketing Mix*, Volume Penjualan

ABSTRACT

Thesis with the title "Marketing Mix Strategy in Increasing Sales Volume at Home Business Yusika Catering Tulungagung" written by Sri Wahyuningsih Nim. 126405203255 Supervising Lecturer Mega Tunjung Hapsari, M.A.P.

The focus of this thesis research is (1) To analyze the marketing mix strategy at the Yusika Catering Tulungagung home business (2) To determine the driving and inhibiting factors of the marketing mix at the Yusika Catering Tulungagung home business

This research uses qualitative research. The methods used are observation, interviews and documentation. The data sources obtained are primary data and secondary data. Primary data was obtained from individual interviews and secondary data was obtained from library sources and other documents.

The research results show that (1) the marketing mix strategy at Yusika Catering Tulungagung's home business includes: Product planning strategy, namely a variety of products offered, the quality of the products provided is good with the selection of the best raw materials. The pricing strategy is that the price given by Yusika Catering Tulungagung is in accordance with market standards and the product price is in accordance with the quality provided. The Channels of Distribution strategy is that the distribution channels implemented by Yusika Catering Tulungagung do not use intermediaries from other parties and the target market is from the middle to upper class. Branding strategy is to create a trademark that is easily recognized and explains the type of business. The advertising strategy is to advertise Yusika Catering using digital media via Instagram and WhatsApp. Promotion strategy is to give bonuses to customers. Packaging strategy is that there is no standard in packaging. The display strategy is that every product at Yusika Catering Tulungagung always looks as attractive as possible. The servicing strategy is to provide the best service and accept all forms of criticism and suggestions. The Physical Handling strategy is choosing high quality raw materials, purchasing raw materials according to the number of orders, the transportation used is cars and motorbikes. The Fact Finding and Analysis strategy is a problem that arises from lack of thoroughness in packaging. (2) driving and inhibiting factors for marketing mix strategy, namely marketing mix strategy which is a driving factor, including product planning, pricing, advertising, servicing, channels of distribution, packaging, promotion, physical handling, branding, display. Meanwhile, the driving factors of the marketing mix include fact finding and analysis.

Keywords: Strategy, Marketing, Marketing Mix Strategy, Sales Volume