

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Implementasi Bauran Pemasaran dalam Upaya Pengembangan Omset di Anna Catering Madiun” ditulis oleh Dwi Tantra Nia Priadi, NIM 12405173134, Progam Studi Manajemen Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Siswahyudianto, S.Pd.I., S.E., M.M.,

Penelitian ini di latarbelakangi oleh banyaknya usaha yang berada pada bidang kuliner. Salah satunya yaitu usaha catering. Dari banyaknya pesaing dalam bidang ini maka mengharuskan semua pengusaha untuk melakukan strategi untuk mempertahankan eksistensi perusahaan didalam bidang ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Implementasi bauran pemasaran produk, harga, tempat dan promosi dalam pengembangan omset pada Anna Catering. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Sumber data penelitian ini yaitu data primer diperoleh dari lokasi penelitian secara tanpa adanya perantara, sedangkan data sekunder dari catatan dan dokumentasi yang dilakukan di tempat. Metode pengumpulan data menggunakan pada penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi perusahaan dan dari perpustakaan.

Hasil penelitian diperoleh bahwa strategi produk selalu memberikan kualitas yang bagus dan memperhatikan baik dari segi rasa maupun tekstur produk. Segi harga, menetapkan harga jual yang relatif terjangkau yang sesuai dengan harga pasaran mengingat sasaran pasarnya yaitu dari semua kalangan masyarakat. Segi tempat yang cukup strategis yaitu berada dipertengahan rumah-rumah warga sehingga warga setempat mudah untuk menjangkaunya. Dan segi promosi, bermula menggunakan sosmed facebook namun sekarang hanya dilakukan promosi lewat mulut ke mulut.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Produk, Harga, Tempat, Promosi

ABSTRACT

The thesis with the title "Marketing Mix Implementation in Efforts to Develop Turnover at Anna Catering Madiun" was written by Dwi Tantra Nia Priadi, NIM 12405173134, Sharia Management Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, Supervisor Siswahyudianto, S. Pd.I., S.E., M.M.,

This research is motivated by the large number of businesses in the culinary sector. One of them is a catering business. Due to the large number of competitors in this field, it requires all entrepreneurs to carry out strategies to maintain the company's existence in this field.

This research aims to determine the marketing mix strategy for product, price, place and promotion in developing turnover at Anna Catering. This research uses a qualitative approach with a case study type of research. The data source for this research is primary data obtained from the research location without any intermediaries, while secondary data comes from notes and documentation carried out on site. The data collection method used in this research uses observation, interviews, company documentation and from the library.

The research results showed that the product strategy always provides good quality and pays attention to both the taste and texture of the product. In terms of price, set a relatively affordable selling price that is in line with market prices considering that the target market is all levels of society. In terms of strategic location, it is located in the middle of people's houses so that it is easy for local residents to reach it. And in terms of promotion, we started using social media Facebook but now we only promote through word of mout.

Keywords: Marketing Mix, Product, Price, Place, Promotion