

ABSTRAK

Bauran Pemasaran merupakan salah satu bagian dari strategi pemasaran yang dapat membantu para pelaku usaha untuk merencanakan pemasaran produk yang baik sehingga mencapai tujuan pemasaran. Usaha Rumah Makan Bebek Rizky Suramadu telah berhasil menerapkan strategi bauran pemasarannya dengan efektif, sehingga penelitian ini dilakukan untuk menjawab rumusan masalah terkait penerapan strategi bauran pemasaran pada Rumah Makan Bebek Rizky Suramadu perspektif *syariah marketing* dan peran bauran pemasaran yang paling efektif pada Rumah Makan Bebek Rizky Suramadu.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif yang dimana untuk meneliti dan menganalisis sebuah fenomena atau kondisi objek penelitian. Kemudian menjabarkan fenomena yang ditangkap langsung oleh peneliti secara mendalam, terperinci dan menyeluruh. Kemudian sumber data peneliti diperoleh dari data primer dan data sekunder dengan pengumpulan data dari hasil wawancara dengan pihak terkait serta dari hasil observasi dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dari beberapa elemen bauran pemasaran 7P yang perspektif *syariah marketing* yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang (sumber daya manusia), proses, dan bukti fisik dimana telah diterapkan dengan baik oleh Rumah Makan Bebek Rizky Suramadu. Dengan menerapkan bauran pemasaran yang memperhatikan unsur pemasaran syariah didalamnya terutama pada usaha Rumah Makan Bebek Rizky Suramadu akan membantu usaha tersebut berkembang dan dapat mencapai tujuan pemasarannya salah satunya dari segi penjualannya. Penjualan di usaha Rumah Makan Bebek Rizky Suramadu mengalami peningkatan, dikarenakan sangat memperhatikan kualitas produk, melayani pelanggan dengan ramah dan sabar, menyampaikan informasi dan penjelasan mengenai produk dengan jelas. Hal tersebut menunjukkan bahwa Rumah Makan Bebek Rizky Suramadu dalam melakukan transaksi berpegang pada prinsip Islam seperti jujur dan adil kepada pelanggan sehingga ikut membawa mereka kepada sebuah kesuksesan.

Kata Kunci: Strategi, Bauran Pemasaran, Bebek Rizky Suramadu, Syariah marketing

ABSTRACT

Marketing mix is one part of a marketing strategy that can help business people to plan good product marketing so as to achieve marketing objectives. The Bebek Rizky Suramadu Restaurant Business has succeeded in implementing its marketing mix strategy effectively, so this research was conducted to answer the formulation of the problem related to the implementation of the marketing mix strategy at the Bebek Rizky Suramadu Restaurant from a sharia perspective of marketing and the role of the most effective marketing mix at the Bebek Rizky Suramadu Restaurant.

This research is a type of qualitative research which is to examine and analyze a phenomenon or condition of the research object. Then describe the phenomena that were directly captured by the researcher in depth, detail and comprehensively. Then the research data sources were obtained from primary data and secondary data by collecting data from interviews with related parties as well as from observations and documentation.

From the results of this study it can be concluded that from several elements of the 7P marketing mix from a sharia marketing perspective, namely product, price, place, promotion, people (human resources), process, and physical evidence which have been well implemented by the Bebek Rizky Suramadu Restaurant. By implementing a marketing mix that pays attention to the elements of Islamic marketing in it, especially in the Bebek Rizky Suramadu Restaurant business, it will help the business develop and be able to achieve its marketing goals, one of which is in terms of sales. Sales at the Bebek Rizky Suramadu Restaurant business have increased, due to great attention to product quality, serving customers in a friendly and patient manner, conveying information and explanations about products clearly. This shows that the Bebek Rizky Suramadu Restaurant in conducting transactions adheres to Islamic principles such as being honest and fair to customers so that it helps bring them success.

Keywords: Strategy, Marketing Mix, Bebek Rizky Suramadu, Sharia marketing