

ABSTRAK

Muyassirah, Mengungkap Sistem Pemasaran Nasi Boran Dengan Pendekatan Teori *Entrepreneurial Marketing*. Dibawah bimbingan Dr. Muhammad Arief, SE., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan sistem pemasaran yang tepat bagi penjualan Nasi Boran dengan pendekatan teori *entrepreneurial marketing*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan melakukan pendekatan studi kasus. Teknik penggalan data dalam penelitian yaitu: observasi, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi. Analisis data menggunakan reduksi data, data *display* (tampilan), dan verifikasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya tujuh variabel pendekatan teori *Entrepreneurial Marketing* pada pemasaran nasi boran. Hal itu diantaranya yakni: (1.) *Proactiveness* (Proaktif) yaitu peningkatan penjualan. (2.) *Innovativeness* (Inovatif) yaitu menciptakan ide-ide baru. (3.) *Calculated Risk-Taking* (Pengambilan Risiko) yaitu menghadapi persaingan dunia bisnis. (4.) *Opportunities* (Peluang) yaitu melihat dan mengambil peluang. (5.) *Customer Intensity* (Intensitas Pelanggan) yaitu membangun dan menjaga hubungan baik. (6.) *Resource Leveraging* (pemanfaatan Sumber Daya) yaitu menggunakan dan memanfaatkan sumber yang ada. (7.) *Value Creation* (Penciptaan Nilai) yaitu menciptakan kombinasi baru.

Kata kunci : *Entrepreneurial Marketing*, sistem pemasaran.

ABSTRACT

Muyassirah, Mengungkap Sistem Pemasaran Nasi Boran Dengan Pendekatan Teori *Entrepreneurial Marketing*. Under the guidance of Dr. Muhammad Arief, SE., MM.

This research aims to describe the appropriate marketing system for selling *Nasi Boran* with an entrepreneurial marketing theory approach. The research method used in this research is a qualitative method with a case study approach. Data mining techniques in this research, namely: observation, interviews, literature study, and documentation. Data reduction, data display (display), and verification used for analyzing data. The results of this study indicate that there are seven variables to the entrepreneurial marketing theory approach on the marketing of *Nasi boran*. These include: (1) Proactive, namely increased sales. (2) Innovative, which is creating new ideas. (3) Calculated Risk-Taking, namely facing the competitive world of business. (4) Opportunities, namely seeing and taking opportunities. (5) Customer Intensity, namely building and maintaining good relationships. (6) Resource Leveraging, namely using and utilizing existing resources. (7) Value Creation, namely creating new combinations.

Keywords: Entrepreneurial Marketing, Marketing System.