

ABSTRAK

Nurin Nisak Farhatain, 180271100008, *Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan pada Rumah Makan Ayam Brewok Sakera Sumenep* (di bimbing oleh ibu Aprilina Susandini SE, M.SM)

Pesatnya pertumbuhan usaha rumah makan di kota Sumenep menjadi ancaman bagi Rumah Makan Ayam Brewok Sakera. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran yang dilakukan oleh rumah makan dalam meningkatkan penjualan, dan mengetahui apakah penghasilan mengalami peningkatan setelah menerapkan strategi tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rumah makan ini melakukan analisis segmen dan target pasar, kemudian bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, promosi, dan distribusi serta meningkatkan kualitas produk dan pelayanan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan yang nantinya dapat meningkatkan penjualan pada rumah makan ini. Penghasilan rumah makan ini mengalami peningkatan yang cukup setelah melakukan strategi pemasarannya. Kelemahan yang ditemui pada rumah makan ini adalah banyaknya pesaing dibidang sejenis serta kurangnya area parkir dan solusinya adalah dengan keyakinan bahwa kualitas produk yang disajikan memiliki ciri khas dan kualitas terbaik, serta telah menyiapkan petugas parkir yang siap mengatur kendaraan konsumen. Untuk mengatasi pesaing juga dapat dilakukan promosi dan menambah fasilitas jaringan wifi untuk kenyamanan pelanggan sehingga rumah makan akan terus bertahan dengan mengikuti perkembangan bisnis.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Penjualan, Rumah Makan

ABSTRACT

Nurin Nisak Farhatain, 180271100008, *Marketing Strategy to Increase Sales at Rumah Makan Ayam Brewok Sakera Sumenep* (supervised by Mrs. Aprilina Susandini SE, M.SM)

The rapid growth of the restaurant business in the city of Sumenep is a threat to the Sakera Brewok Chicken Restaurant. The purpose of this study is to identify and analyze the marketing strategies carried out by restaurants in increasing sales, and to find out whether income has increased after implementing these strategies. The results of the study indicate that this restaurant performs segment analysis and target market, then the marketing mix which includes product, price, promotion, and distribution as well as improving product and service quality to gain customer loyalty which can later increase sales at this restaurant. The income of this restaurant has increased considerably after carrying out its marketing strategy. Weaknesses encountered in this restaurant are the many competitors in similar fields and the lack of parking areas and the solution is to believe that the quality of the products served has the best characteristics and quality, and has prepared parking attendants who are ready to manage consumer vehicles. To overcome competitors, promotions can also be made and add wifi network facilities for customer convenience so that restaurants will continue to survive by following business developments.

Keywords: Marketing Strategy, Sales, Restaurant