

ABSTRAK

Dalam menjalankan bisnis diperlukan strategi untuk dapat menjalankan bisnisnya dan bertahan ditengah persaingan dalam dunia bisnis. Salah satu strategi yang harus dipakai suatu perusahaan atau penjual bakso adalah strategi untuk membangun dan meningkatkan konsumen. Industri kuliner saat ini mengalami pertumbuhan yang cepat di Indonesia, terlihat dari intensitas promosi yang kini melibatkan media sosial, televisi, dan internet. Belakangan terjadi peningkatan signifikan dalam komersialisasi informasi kuliner melalui berbagai saluran media, terutama di *platform* sosial, yang tidak hanya memperkenalkan keanekaragaman budaya, tetapi juga ragam masakan khas suku bangsa di Indonesia. Dalam konteks ini, industri wisata kuliner tumbuh pesat di berbagai wilayah Indonesia, termasuk di antaranya adalah keberadaan bakso. Karena pada strategi ini memberikan dampak positif sebuah perusahaan, salah satu bentuk mempertahankan loyalitas pelanggan adalah dalam bentuk penggunaan strateginya yang harus dilakukan oleh penjual bakso seperti Produk, Harga, Promosi dan Tepat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh penjual bakso di Desa Punggul tepatnya di Depot Bakso Pak Rin. Bentuk pertahanan bisnis yang dilakukan oleh Depot Bakso Pak Rin. Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode deskriptif kualitatif, data penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan mengenai produk, promosi, harga, dan tempat diharapkan sesuai dengan apa yang dibutuhkan pelanggan dan penjual diharapkan mengimplementasikan strategi pemasaran sesuai ketentuan Islam. Dengan pengimplementasian secara Islam, pelanggan akan merasa nyaman dan akan loyal terhadap Depot Bakso Pak Rin. Penerapan 4P Strategi Pemasaran pada Depot Bakso Pak Rin sudah terlaksana dengan baik dengan menerapkan pemasaran Islam atau *Syariah Marketing Mix*.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, *Syariah Marketing Mix*, Depot Bakso Pak Rin

ABSTRACT

Running a business requires a strategy to be able to run the business and survive amidst competition in the business world. One of the strategies that a company or meatball seller must use is a strategy to build and increase consumers. The culinary industry is currently experiencing rapid growth in Indonesia, as can be seen from the intensity of promotions which now involve social media, television and the internet. Recently there has been a significant increase in the commercialization of culinary information through various media channels, especially on social platforms, which not only introduces cultural diversity, but also a variety of typical ethnic cuisines in Indonesia. In this context, the culinary tourism industry is growing rapidly in various regions of Indonesia, including the presence of meatballs. Because this strategy has a positive impact on a company, one form of maintaining customer loyalty is in the form of using strategies that must be carried out by meatball sellers such as Product, Price, Promotion and Appropriate.

This research aims to find out the strategies used by meatball sellers in Punggul Village, specifically at the Pak Rin Meatball Depot. A form of business defense carried out by Pak Rin's Bakso Depot. The type of research used in this thesis is a qualitative descriptive method, this research data was obtained from primary data and secondary data. The data collection techniques used were observation, interviews and documentation.

The results of this research show that customer loyalty regarding products, promotions, prices and places is expected to be in accordance with what customers need and sellers are expected to implement marketing strategies according to Islamic provisions. By implementing it in an Islamic manner, customers will feel comfortable and will be loyal to Pak Rin's Bakso Depot. The implementation of the 4P Marketing Strategy at Pak Rin's Bakso Depot has been implemented well by implementing Islamic marketing or Sharia Marketing Mix.

Keywords : Strategi, Marketing Mix, Syariah Marketing Mix, Pak Rin's Bakso Depot