

ABSTRAK

Rumah makan Bu Meli merupakan salah satu rumah makan yang berada di Lhoksukon yang masih bertahan hingga saat ini, serta mengupayakan penerapan strategi pemasaran yang optimal dengan menggunakan bauran pemasaran. Tantangan yang dihadapi yaitu berupa persaingan yang ketat dari pesaing bisnis serta faktor fasilitas fisik yang kurang memadai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bauran pemasaran 7P dalam mempertahankan eksistensi usaha serta faktor yang menjadi kendala dalam penerapan bauran pemasaran. Pendekatan yang dilakukan pada penelitian ini adalah data kualitatif dengan menggunakan metode analisis data kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi serta teknik analisis data menggunakan teknik analisis data Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikaji maka hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bauran pemasaran yang diterapkan adalah dengan menyediakan produk atau menu-menu makanan yang beragam dengan harga yang ekonomis. Lokasi usaha yang strategis serta memanfaatkan promosi *word of mouth* dengan memberikan pelayanan yang baik. Menarik pelanggan dengan menggunakan pakaian yang rapi dan sopan saat melakukan pelayanan, namun fasilitas fisik yang kurang memadai menjadi faktor yang dapat menyebabkan rumah makan Bu Meli disaingi oleh rumah makan sekitar. Dapat disimpulkan bahwa penerapan bauran pemasaran pada rumah makan Bu Meli sudah tergolong baik, serta dapat melakukan perbaikan terhadap fasilitas fisik untuk menarik pelanggan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran

ABSTRACT

Bu Meli's restaurant is one of the eateries located in Lhoksukon that has managed to survive to this day by striving to implement optimal marketing strategies through the use of the marketing mix. The challenges faced include intense competition from other businesses and inadequate physical facilities. This study aims to identify the 7P marketing mix strategies used to maintain the business's existence, as well as the factors that hinder the implementation of the marketing mix. The research uses a qualitative approach with descriptive qualitative data analysis methods. Data collection techniques include interviews, observation, and documentation, while data analysis is conducted using the Miles and Huberman method, which involves data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Based on the results and discussion, the study shows that the marketing mix strategy implemented includes offering a variety of food menu items at affordable prices, a strategic business location, and relying on word-of-mouth promotion by providing good service. Customers are attracted through neat and polite attire during service, although the lack of adequate physical facilities is a factor that could cause Bu Meli's restaurant to be outcompeted by surrounding eateries. It can be concluded that the application of the marketing mix at Bu Meli's restaurant is relatively good, with room for improvement in physical facilities to attract more customers.

Keywords: *Marketing Strategy, Marketing Mix*