

ABSTRAK

Akhmad Zaenufi, NIM (1320220046). “Strategi *Marketing Mix* Bisnis Rumah Makan Rawa Indah Dalam Permasalahan Jumlah Konsumen ”.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi *marketing mix* yang diterapkan rumah makan Rawa Indah dalam meningkatkan jumlah konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Selanjutnya, teknik pengumpulan data peneliti menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada pemilik rumah makan Rawa Indah, karyawan, dan konsumen. Teknik analisis data yang digunakan meliputi teknik reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*) dan data verifikasi (*conclusion drawing*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *marketing mix* yang dilakukan rumah makan Rawa Indah untuk peningkatan konsumen menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi (*product, price, place, promotion*). Strategi tersebut dilakukan sesuai dengan nilai-nilai pemasaran syariah. Dalam strategi produk harus mengembangkan inovasi-inovasi produk baru agar konsumen tidak hanya menikmati produk yang sama serta dalam pelayanan terhadap konsumen harus lebih ditingkatkan lagi. Strategi harga harus memperhatikan pesaing yang ada. Sistem diskon yang pernah dilakukan harus dijalankan kembali sesuai permintaan konsumen. Dalam strategi tempat harus memperhatikan aspek kebersihan lingkungan. Seperti tempat makan harus ada pembaharuan yang inovatif. Strategi promosi juga harus lebih rutin dalam promosi lewat media Radio, Media sosial, dan lain sebagainya. Hal ini dikarenakan perkembangan zaman semakin maju, harus bisa memanfaatkan hal tersebut.

Kata Kunci: *Strategi, Marketing Mix, Permasalahan Jumlah Konsumen.*