

ABSTRAK

Yusmi Ayusri, 2024 “*Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Rumah Makan Panjalu Kota Palopo*”. Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo Dibimbing oleh Rismayanti, S.E., M.Si.

Skripsi ini membahas tentang strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan Rumah Makan Panjalu Kota Palopo. Adapun latar belakang penelitian ini, penjualan di Rumah Makan Panjalu mengalami penurunan, hal ini dibuktikan dengan berkurangnya karyawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh Rumah Makan Panjalu Kota Palopo dalam meningkatkan penjualannya.

Jenis penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif dengan teknik analisis data menggunakan analisis SWOT. Penelitian ini dilaksanakan pada pertengahan bulan juni sampai Agustus dimulai dari observasi sampai penelitian, dan objek penelitian yaitu Rumah Makan Panjalu Kota Palopo. Instrumen penelitian yang digunakan peneliti untuk memperoleh informasi atau data dari sumber wawancara, catatan dan rekam suara. Data diperoleh melalui observasi, wawancara penelitian dan dokumentasi. Selanjutnya data yang diperoleh dianalisis dengan teknik analisis SWOT (pengumpulan data, tahap analisis dan pengambilan keputusan).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Analisis SWOT yang digunakan usaha Rumah Makan Panjalu Kota Palopo yaitu berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS bahwa keadaan internal dan eksternal usaha Rumah Makan Panjalu Kota Palopo adalah berada pada kuadran III, hal ini menunjukkan bahwa usaha Rumah Makan Panjalu Kota Palopo berada dalam kondisi yang menguntungkan, Rumah Makan Panjalu memiliki kelemahan dan dapat memanfaatkan peluang untuk meminimalisir kelemahan yang ada, sehingga dapat memungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan, dan meraih kemajuan secara maksimal. Pada posisi ini, agar dapat meningkatkan penjualan pada usaha Rumah Makan Panjalu Kota Palopo maka prioritas strategi adalah mempertahankan kualitas terhadap produk yang ditawarkan serta meningkatkan minat beli konsumen dengan memaksimalkan sosial media dan internet.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, SWOT, Peningkatan, Penjualan

ABSTRACT

Yusmi Ayusri, 2024 “*Marketing Strategy to Increase Sales of Panjalu Restaurant, Palopo City*”. Sharia Business Management Study Program Thesis, Faculty of Economics and Islamic Business, Palopo State Islamic Institute Supervised by Rismayanti, S.E., M.Si.

This thesis discusses marketing strategies to increase sales of Panjalu Restaurant, Palopo City. The background to this research is that sales at Panjalu Restaurant have decreased, this is evidenced by the reduction in employees. This research aims to determine the strategies used by the Panjalu Restaurant in Palopo City to increase its sales.

This type of research uses descriptive qualitative with data analysis techniques using SWOT analysis. This research was carried out in mid-June to August starting from observation to research, and the research object was the Panjalu Restaurant, Palopo City. Research instruments used by researchers to obtain information or data from interview sources, notes and voice recordings. Data was obtained through observation, research interviews and documentation. Next, the data obtained was analyzed using the SWOT analysis technique (data collection, analysis and decision making stages).

The results of the research show that the SWOT analysis used by the Panjalu Restaurant business in Palopo City is based on the results of the IFAS and EFAS analysis that the internal and external conditions of the Panjalu Restaurant business in Palopo City are in quadrant III, this shows that the Panjalu Restaurant business in Palopo City is in favorable conditions, Panjalu Restaurant has weaknesses and can take advantage of opportunities to minimize existing weaknesses, so that it can continue to expand, increase growth and achieve maximum progress. In this position, in order to increase sales at the Panjalu Restaurant business in Palopo City, the strategic priority is to maintain the quality of the products offered and increase consumer buying interest by maximizing social media and the internet.

Keywords: Marketing Strategy, SWOT, Improvement, Sales