

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN PRODUK RISOL
DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
(Studi Kasus Pada Produk Queen Kitchen)**

SKRIPSI



Oleh:

ISMIATUL HASANAH

NIM. 20211221022

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2026

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN PRODUK RISOL
DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
(Studi Kasus Pada Produk Queen Kitchen)**

Diajukan guna memenuhi
salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen



Oleh:

ISMIATUL HASANAH

NIM: 20211221022

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2026

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ismiatul Hasanah

NIM : 20211221022

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya tulis ini, benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 25 November 2025

Yang membuat pernyataan,



Ismiatul Hasanah

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI
STRATEGI BAURAN PEMASARAN PRODUK RISOL
DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
(Studi Kasus Pada Produk Queen Kitchen)

Diajukan Oleh :

ISMIATUL HASANAH

NIM: 20211221022

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh :

Dosen Pembimbing,

1. Ali Imaduddin Futuwah, S.Sos., M.SM., CMA
2. Muhammad Al hakim Danurwindo, S.E., M.M., CMA

Tandatangan Tanggal



09-04-2026

24-04-2026

Mengetahui:

Dekan

Ketua Program Studi



Dr. Mochamad Mochklas, S.Si, MM



Dr. Dwi Songgo Panggayudi, ST., MM

PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN
PRODUK RISOL DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
(Studi Kasus Pada Produk Queen Kitchen)**

**Nama: ISMIATUL HASANAH
NIM: 20211221022**

**Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surabaya**

**Pada Hari/ Tanggal: Jum'at, 31 Oktober 2025
Pukul: 13.00 WIB sampai dengan 14.30 WIB**

Tim Dosen Penguji terdiri dari

Ketua Penguji


Phony Adityawan Mulyana, S.E., MM

Anggota 1



Ali Imaduddin Futuwah, S.Sos., M.SM., CMA

Anggota 2



Muhammad Al hakim Danurwinda, S.E., M.M., CMA

Mengetahui


Dr. Mochamad Mochklas, S.Si, MM


Dr. Dwi Songgo Panggayudi, ST., MM

STRATEGI BAURAN PEMASARAN PRODUK RISOL
DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
(STUDI KASUS PADA PRODUK QUEEN KITCHEN)

Ismiatul Hasanah

e-mail : ismiatulhasanah34@gmail.com

ABSTRAK

Queen Kitchen merupakan usaha rumahan yang memproduksi risol dengan penjualan yang cenderung fluktuatif akibat lokasi usaha yang kurang strategis, promosi digital yang belum maksimal, serta persaingan yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi bauran pemasaran (produk, harga, lokasi, dan promosi) pada Queen Kitchen untuk meningkatkan volume penjualan.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui teknik wawancara mendalam, observasi langsung, serta studi dokumentasi. Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber dan teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari aspek produk, Queen Kitchen telah memiliki kualitas rasa yang baik dan variasi menu yang beragam, namun kemasan masih sederhana dan belum mencerminkan identitas merek. Dari aspek harga, penetapan harga dinilai sangat terjangkau dan kompetitif dibandingkan pesaing. Dari aspek tempat, lokasi usaha kurang strategis sehingga visibilitas dan pembelian langsung masih terbatas. Pada aspek promosi, kegiatan pemasaran dilakukan melalui *WhatsApp* dan promosi dari mulut ke mulut, sehingga jangkauan pemasaran belum optimal.

Maka, penerapan bauran pemasaran pada Queen Kitchen belum berjalan secara optimal sehingga memengaruhi ketidakstabilan volume penjualan. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan desain kemasan, pemanfaatan strategi promosi digital yang lebih variatif, serta perluasan akses pemasaran untuk memperkuat daya saing dan meningkatkan penjualan.

Kata kunci: Strategi pemasaran, Bauran pemasaran, Volume penjualan, Queen Kitchen.

Marketing Mix Strategy for *Risol* Products to Increase Sales Volume (Case Study of Queen Kitchen Products)

Ismiatul Hasanah

e-mail: ismiatulhasanah34@gmail.com

ABSTRACT

Queen Kitchen is a home-based business producing *Risol*, with fluctuating sales due to a less-than-strategic business location, less-than-optimal digital promotion, and increasingly fierce competition. This study aims to analyze the implementation of marketing mix strategies (product, price, location, and promotion) at Queen Kitchen to increase sales volume.

The study used a descriptive qualitative approach through in-depth interviews, direct observation, and documentation studies. Data validity was tested using source and technique triangulation. The results show that in terms of product quality, Queen Kitchen has good taste and a diverse menu, but the packaging is still simple and does not reflect the brand identity. In terms of price, the pricing is considered very affordable and competitive compared to competitors. In terms of location, the business location is less than strategic, resulting in limited visibility and direct purchases. In terms of promotion, marketing activities are conducted through WhatsApp and word-of-mouth, resulting in suboptimal reach.

Therefore, the marketing mix implementation at Queen Kitchen has not been optimal, impacting sales volume instability. This study recommends improving packaging design, utilizing more varied digital promotional strategies, and expanding marketing access to strengthen competitiveness and increase sales.

Keywords: Marketing strategy, Marketing mix, Sales volume, Queen Kitchen.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dan disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian akhir Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya tahun 2025 dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran Produk Risol Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Produk Queen Kitchen)”.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti banyak mendapatkan bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, mohon ijin untuk mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Mundakir, S.Kep., Ns. M.Kep., FISQua., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Bapak Dr. Mohammad Mochklas, S.Si., M.M., selaku Dekan Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti program studi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Bapak Dr. Dwi Songgo Panggayudi, ST., M.M., selaku ketua program studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti program studi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Surabaya.
4. Bapak Ali Imaduddin Futuwah, S.Sos., M.SM., CMA., selaku pembimbing

I yang telah memberikan waktu untuk membimbing dan penuh kesabaran sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.

5. Bapak Muhammad Al hakim Danurwindo, S.E., M.M., CMA selaku pembimbing II yang telah juga memberikan waktu untuk membimbing dengan penuh kesabaran sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Bapak Phonny Aditiyawan Mulyana, S.E., MM selaku dosen penguji yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran dan kritik dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kedua nenek saya yang telah mendukung serta mendo'akan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman - teman yang telah memberikan semangat hingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini
9. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Semoga amal kebaikan dan semua mendapatkan imbalan yang luar biasa dari Allah SWT. Dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 27 Juni 2025

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	iv
PENGESAHAN PANITIA PENGUJI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Pemasaran (<i>Marketing</i>)	9
2. Strategi Pemasaran	10
3. Manajemen Pemasaran.....	10

4. Fungsi Manajemen Pemasaran	12
5. Bauran Pemasaran	13
C. Kerangka Berpikir	22
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Pendekatan Penelitian	24
B. Definisi Operasional Variabel	26
C. Kehadiran Peneliti	30
E. Pengumpulan dan Analisa Data	33
1. Pengumpulan Data	33
2. Analisis Data	36
F. Keabsahan Data	38
1. Uji Kredibilitas (<i>credibility</i>)	38
2. Uji Transferabilitas (<i>transferability</i>)	40
3. Uji Dependabilitas (<i>dependability</i>)	41
4. Uji Obyektivitas (<i>confirmability</i>)	41
G. Tahapan Penelitian	41
1. Tahap Persiapan / Pra-Lapangan	42
2. Tahap Proses Lapangan / Pelaksanaan	42
3. Tahap Mentranskrip Hasil Wawancara dan Mengumpulkan Data Sekunder	42
4. Tahap Analisis Data	42
5. Tahap Pelaporan	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian	44
Profil Usaha Queen Kitchen	44
B. Deskripsi Hasil Penelitian	45

1. Produk.....	45
2. Harga.....	48
3. Lokasi.....	50
2. Promosi	53
C. Pembahasan	56
1. Produk.....	56
2. Harga.....	57
3. Lokasi.....	59
4. Promosi	61
5. Meningkatkan Volume Penjualan	63
D. Triangulasi Sumber	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Hal
Gambar 1.1 Produk Queen Kitchen	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	22
Gambar 4.1 Price List Produk Risol Queen Kitchen	50
Gambar 4.2 Promosi Produk Risol di Whattsapp	54

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Hal
Tabel 1.1 Data Penjualan Produk Queen Kitchen	4
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Produk Queen Kitchen	26
Tabel 3. 2 Data Informan Internal Produk Risol Queen Kitchen.....	31
Tabel 3.3 Triangulasi Sumber	64

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Hal
Lampiran 1. Pedoman Wawancara	91
Lampiran 2. Data Dokumenter	94
Lampiran 3. Transkrip Wawancara	108