

ABSTRAK

Nashrulloh Ramadhan Putra. NIM 2023117002. Implementasi Bauran Pemasaran Produk Jasa Usaha Aka Laundry 01 Bekasi. Dibawah bimbingan Ibu Uuh Sukaesih, Ir. M.Si

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui bagaimana Implementasi bauran pemasaran yang diterapkan oleh usaha Aka Laundry 01 Bekasi. Mengetahui kendala yang terdapat pada Implementasi bauran pemasaran dalam Usaha Aka Laundry 01 Bekasi dan menemukan solusi terkait Implementasi bauran pemasaran yang dapat dilakukan usaha Aka Laundry 01 Bekasi. Objek dalam penelitian ini adalah pemilik, karyawan dan konsumen Aka Laundry 01 Bekasi yang berjumlah 7 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif, metode triangulasi data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini berkaitan dengan bauran pemasaran 7p yaitu produk (product) harga (price) tempat (place) promosi (promotion) orang (people) proses (process) bukti fisik (phisycal evidence). Kendala yang ditemukan adalah alokasi dana untuk promosi yang tidak terencana dan tingginya biaya sewa tempat sehingga menyebabkan tidak tercapainya target penerimaan yang telah ditentukan dan menyebabkan kerugian, kemudian penggunaan platform sosial media sebagai media promosi yang kurang variatif, dan Ketidakdisiplinan SDM yang dimiliki Aka Laundry 01 Bekasi. Solusi yang dapat diterapkan ialah mengalokasikan dana dan mengatur perkiraan besarnya

biaya promosi agar tidak melebihi estimasi yang telah ditentukan dan tidak mengalami kerugian. Menambahkan platform media sosial seperti facebook dan tiktok sebagai media promosi. Mencari karyawan pengganti dengan sistem pembayaran harian agar kegiatan operasional tidak terhambat atau terbengkalai.

Kata kunci: Implementasi, Bauran Pemasaran, Laundry, Bekasi.

ABSTRACT

Nashrulloh Ramadhan Putra. NIM 2023117002. Implementation of the Marketing Mix for Business Services Products Aka Laundry 01 Bekasi. Under the guidance of Mrs, Uuh Sukaesih, Ir. M.Si

The purpose of this research is to understand how the marketing mix is implemented by Aka Laundry 01 Bekasi. It aims to identify the challenges within the elements of the marketing mix faced by Aka Laundry 01 Bekasi and to find solutions related to the service marketing mix that can be applied by Aka Laundry 01 Bekasi. The subjects of this research include the owner, employees, and customers of Aka Laundry 01 Bekasi, totaling 7 people. Data collection was conducted through interviews, observations, and documentation. The data analysis methods used are qualitative descriptive analysis, data triangulation, and drawing conclusions. The results of this research are related to the 7P marketing mix, which includes product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence.

The challenges identified include unplanned allocation of funds for promotion and high cost of renting premises, which led to unmet revenue targets and resulted in losses a lack of variety in the use of social media platforms for promotion; and a lack of discipline among the human resources at Aka Laundry 01 Bekasi. The proposed solutions include allocating funds and estimating promotional costs to ensure they do not exceed the predetermined budget and avoid losses; adding social media platforms such as Facebook and TikTok as promotional channels; and hiring replacement employees on a daily wage system to ensure that operational activities are not disrupted or neglected.

Keywords: Implementation, Marketing Mix, Laundry, Bekasi.