

**SKRIPSI**  
**STRATEGI PEMASARAN WARUNG JADAH TEMPE**  
**MBAH CARIK**



**OLEH:**  
**RIZKI EKA FADLILAH**  
**NIM. 318101181**

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN**  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA**

**2022**

**SKRIPSI**  
**STRATEGI PEMASARAN WARUNG JADAH TEMPE**  
**MBAH CARIK**



**Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana  
Terapan Pariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta**

**OLEH:**

**RIZKI EKA FADLILAH**

**NIM. 318101181**

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN**  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA**

**2022**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**SKRIPSI**  
**STRATEGI PEMASARAN WARUNG JADAH TEMPE**  
**MBAH CARIK**



**OLEH:**  
**RIZKI EKA FADLILAH**  
**NIM. 318101181**

**Telah disetujui oleh:**

**Pembimbing I**

**Drs. Prihatno, M.M.**  
**0526125901.**

**Pembimbing II**

**Yudi Setiaji, S.H.M.M.**  
**0508066401.**

**Mengetahui,**  
**Ketua Program Studi**

**Hermawan Prasetyanto, S.ST., S.Sos, M.M.**  
**0516057102.**

**BERITA ACARA UJIAN**  
**SKRIPSI**  
**STRATEGI PEMASARAN WARUNG JADAH TEMPE**  
**MBAH CARIK**



**OLEH**  
**RIKI EKA FADLILAH**  
**318101181**  
**Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji**  
**Dan Dinyatakan LULUS**  
**Pada Tanggal 18 November 2022**

**TIM PENGUJI :**

**Penguji Utama** : Angela Ariani S.H., M.M  
NIDN. 0530106001

.....

**Penguji I** : Drs. Prihatno, M.M  
NIDN. 0526125901

.....

**Penguji II** : Yudi Setiaji, S.H., M.M  
NIDN. 0508066401

.....

**Mengertahui**  
**Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta**

**Drs. Prihatno, M.M**  
NIDN. 0526125901

## HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Rizki Eka Fadlilah  
NIM : 318101181  
Tempat, Tanggal Lahir : Temanggung, 17 November 1999  
Jurusan : Pengelolaan Perhotelan  
Judul : Strategi Pemasaran Warung Jadah Tempe Mbah  
Carik

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya yang ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang saya ambil sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim. Apabila pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Yogyakarta, 11 November 2022



Eka Fadlilah  
318101181

## **HALAMAN MOTO**

**“Kamu tidak harus menjadi hebat untuk memulai, tetapi kamu harus mulai untuk menjadi hebat”**

**(Zig Ziglar)**

**“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”  
(QS. Al Insyirah: 5)**

**“Keberhasilan itu bukanlah selalu milik orang pintar, namun keberhasilan itu adalah milik orang yang senantiasa berusaha”  
(BJ Habibie)**

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur kepada Allah SWT karya kecil dan sederhana ini saya persembahkan sebagai wujud rasa hormat dan terimakasih yang tak terhingga kepada orang-orang terdekat dan tercinta. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Bapak saya Zayin Sufiono, Ibunda saya Sulistyowati, dan Adik saya Shofia Isna Ainaya yang telah memberikan segalanya yang terbaik untuk saya. Terimakasih untuk segala cinta, pengorbanan, kasih sayang, dan rasa semangat untuk saya, serta doa yang tidak pernah ada putusnya untuk segala bentuk kebaikan yang selalu diberikan.
2. Kepada kekasih saya Silvy Rizki Rossa terimakasih selalu mendampingi saya, mendukung saya, dan selalu menyemangati saya.
3. Kepada sahabat kontrakan saya Arif Hadi dan Faisal Ardiansyah yang selalu memberikan semangat untuk saya.
4. Kepada rekan kerja saya di Khas Tugu Hotel Yogyakarta yang selalu memberikan semangat dan selalu mendukung saya.

## **KATA PENGANTAR**

Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmatnya, Serta dengan usaha sepenuh hati, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, penulis skripsi ini silakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Kepariwisata pada Program Studi Pengelolaan Perhotelan Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terimakasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah berperan, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam mewujudkan skripsi ini. Ucapan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya secara tulus ikhlas penulis ucapkan kepada:

1. Bapak Drs. Prihatno, M.M. selaku dosen pembimbing I dan juga ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA yang dengan sabar dan bijaksana dalam memberikan bimbingan, pengarahan, ilmu yang terbaik serta waktu dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Yudi Setiaji, S.H.M.M. selaku dosen pembimbing II yang dengan sabar dan bijaksana dalam memberikan bimbingan, pengarahan, ilmu yang terbaik serta waktu dalam penulisan skripsi ini.
3. Ibu Angela Ariani, S.H., M.M selaku penguji utama yang telah memberikan masukan kepada peneliti untuk menyempurnakan skripsi ini.
4. Bapak Hermawan Prasetyanto, S.ST., S.Sos, M.M selaku ketua jurusan Pengelolaan Perhotelan.
5. Ibu Tanti selaku pengelola Warung Jadah Tempe Mbah Carik yang dengan bijaksana dalam kerjasama selama memberikan informasi selama penelitian berlangsung.
6. Responden yang telah meluangkan waktu memberikan informasi dan jawaban yang membantu peneliti lebih baik lagi dalam penelitian ini.



Semoga bantuan Bapak/Ibu dan para responden mendapatkan keberkahan serta dicatat sebagai amal ibadah oleh Tuhan Yang Maha Esa. Dan semoga penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak maupun pengembangan ilmu pengetahuan. Tak lupa penulis berharap adanya kritik dan saran dari semua pembaca untuk perbaikan dan penulisan skripsi berikutnya.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 11 November 2022

Rizki Eka Fadlilah

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERESEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori .....	6
1. Pengertian Strategi .....	6
2. Pengertian Pemasaran .....	6
3. Pengertian Strategi Pemasaran.....	7
4. Tujuan Strategi Pemasaran .....	9
5. Unsur-Unsur Strategi Pemasaran.....	10
6. Macam-Macam Strategi Pemasaran .....	11
7. Komponen Strategi Pemasaran .....	13
8. Bauran Pemasaran.....	16
B. Penelitian Terdahulu .....	18
C. Kerangka Pemikiran.....	20

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Subjek dan Objek Penelitian.....	22
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	23
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	23
D. Jenis Data dan Sumber.....	23
E. Metode Pengumpulan Data .....	24
F. Uji Keabsahan Data.....	25
G. Metode Analisis Data .....	26
H. Alur Penelitian .....	30
I. Jadwal Penelitian.....	31

### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

A. Deskripsi Objek Penelitian .....	32
1. Profil Warung Jadah Tempe Mbah Carik .....	32
2. Visi dan Misi Warung Jadah Tempe Mbah Carik .....	34
3. Simbol Warung Jadah Tempe Mbah Carik.....	35
4. Struktur organisasi Warung Jadah Tmpe Mbah Carik.....	35
B. Segmentasi Pasar Warung Jadah Tempe Mbah Carik .....	39
C. <i>Targetting</i> Warung Jadah Tempe Mbah Carik .....	40
D. <i>Positioning</i> Warung Jadah Tempe Mbah Carik.....	41
E. Pengamatan Dan Hasil Wawancara .....	42
1. Produk ( <i>Product</i> ) .....	42
2. Harga ( <i>Price</i> ) .....	43
3. Tempat ( <i>Place</i> ).....	44
4. Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	45
5. Orang/SDM ( <i>People</i> ).....	46
6. Proses ( <i>Process</i> ).....	47
7. Bukti Fisik ( <i>Physical Evidence</i> ).....	47
F. Pembahasan Analisis SWOT.....	48
1. Kekuatan ( <i>Strength</i> ).....	48
2. Kelemahan ( <i>Weakness</i> ) .....	49
3. Peluang ( <i>Opportunities</i> ).....	49

4. Ancaman ( <i>Threats</i> ) .....	50
5. Matriks SWOT.....	52
G. Strategi Pemasaran Warung Jadah Tempe Mbah Carik .....	53
1. Strategi Strength-Opportunity (S-O) .....	53
2. Strategi Weakness-Opportunity (W-O) .....	54
3. Strategi Strength-Threat (S-T).....	56
4. Strategi Weakness-Threat (W-T).....	57
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	59
B. Saran .....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 3. 1 Matriks SWOT .....	29
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian.....	31
Tabel 4. 1 Analisis SWOT .....	51
Tabel 4. 2 Matriks SWOT.....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 4. 1 Warung Jadah Tempe Mbah Carik.....	32
Gambar 4. 2 Simbol Foto Mbah Sudimah Wiro Sartono.....	35
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi.....	36

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2 Lembar Bimbingan
- Lampiran 3 Wawancara bersama ibu Tanti pengelola Warung Jadah Tempe  
Mbah Carik

## ABSTRAK

Setiap daerah Indonesia pada umumnya dan Yogyakarta pada khususnya pasti memiliki makanan khas masing-masing. Salah satunya yang bisa di temui di Yogyakarta adalah panganan jadah tempe. Salah satu penjual jadah tempe yang terkenal adalah warung makan Jadah Tempe Mbah Carik. Warung Jadah Tempe Mbah Carik sudah memiliki lima cabang yang tersebar di Yogyakarta. Namun dengan membuka cabang baru mempunyai banyak sekali rintangannya seperti munculnya pesaing-pesaing baru. Memaksimalkan strategi pemasaran sangatlah penting karena ketika sebuah usaha dikenal konsumen serta memiliki daya tarik tersendiri dan memiliki pelanggan maka akan mempengaruhi tingkat penjualan perusahaan karena semakin dikenal banyak pelanggan yang membeli di tempat usaha tersebut. Oleh karena itu perusahaan perlu mengatur strategi baru untuk meningkatkan penjualannya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang tepat dan mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada Warung Jadah Tempe Mbah Carik. Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dokumentasi dan studi literatur. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik Analisis SWOT dengan pendekatan kualitatif, yang terdiri dari *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threats*.

Hasil penelitian terkait dengan analisis strategi S-O dengan mempertahankan cita rasa jadah tempe mbah carik, merenovasi outlet menjadi lebih bagus, mempertahankan harga tanpa mengurangi kualitas produk, Menggencarkan promosi melalui media dengan memanfaatkan *influencer* yang datang ke jadah tempe mbah carik. Terkait analisis strategi W-O dengan membuat kemasan vacum agar produk dapat bertahan lebih lama dan bisa dijadikan oleh-oleh. Membuka cabang ditempat strategis agar banyak dikunjungi wisatawan. Memberikan harga tertentu pada produk yang sesuai dengan kualitas. Melakukan promosi dengan mengundang *influencer* dan melakukan promosi melalui media sosial maupun media cetak. Terkait analisis strategi S-T mempertahankan cita rasa jadah tempe mbah carik sebagai daya tarik tersendiri. Mendaftarkan nama jadah tempe mbah carik sebagai hak paten. Mempertahankan harga jual tanpa menurunkan kualitas produk walaupun harga bahan baku tidak stabil, Mempromosikan ke sosial media agar semakin dikenal. Strategi W-T dengan membuat kemasan vacum agar lebih tahan lebih lama. Melakukan renovasi warung agar terlihat lebih menarik perhatian pelanggan. Melakukan promosi baik melalui media sosial maupun secara langsung. Melakukan penambahan karyawan, memberikan pemahaman kepada karyawan mengenai SOP pembuatan produk yang baik dan benar agar rasanya tetap konsisten.

**Kata Kunci : Startegi Pemasaran, Bauran Pemasaran 7p, Analisis SWOT.**



## **ABSTRACT**

*Every region of Indonesia in general and Yogyakarta in particular must have their own special food. One of them that can be found in Yogyakarta is jadah tempeh. One of the famous jadah tempe sellers is the Jadah Tempe Mbah Carik food stall. Warung Jadah Tempe Mbah Carik already has five branches spread across Yogyakarta. However, opening a new branch has many obstacles, such as the emergence of new competitors. Maximizing marketing strategy is very important because when a business is known by consumers and has its own charm and has customers, it will affect the company's sales level because more and more customers are known to buy at the place of business. Therefore, the company needs to set a new strategy to increase sales.*

*The purpose of this study was to find out the right marketing strategy and to know the strengths, weaknesses, opportunities and threats at Warung Jadah Tempe Mbah Carik. This type of research uses a qualitative research method with a descriptive approach. Data collection techniques used are observation, interviews, documentation and literature studies. The data analysis technique used in this study is to use a SWOT analysis technique with a qualitative approach, which consists of Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats. SWOT analysis aims to maximize strengths, weaknesses and threats.*

*The results of the research are related to the analysis of the S-O strategy by maintaining the taste of jadah tempe mbah carik, renovating outlets to make it better, maintaining prices without reducing product quality, intensifying promotion through the media by utilizing influencers who come to jadah tempe mbah carik. Related to the analysis of the W-O strategy by making vacuum packaging so that the product can last longer and can be used as souvenirs. Opening branches in strategic places so that many tourists visit them. Provide a certain price on products that match the quality. Conduct promotions by inviting influencers and carry out promotions through social media and print media. Regarding the analysis of S-T strategy, maintaining the taste of jadah tempe mbah carik is a special attraction. Registering the name jadah tempe mbah carik as a patent. Maintaining selling prices without reducing product quality even though raw material prices are unstable, promote on social media to make it more known. Analysis of the W-T strategy by making vacuum packaging to make it last longer. Renovation of stalls to make it look more attractive to customers. Promote both through social media and in person. Adding employees, providing understanding to employees regarding SOP for making good and correct products so that the taste remains consistent.*

**Keywords : Marketing Strategy, Marketing Mix 7p, SWOT Analysis.**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Suatu usaha didirikan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan agar usaha tersebut dapat berkelanjutan. Untuk mendapatkan keuntungan yang berkelanjutan, suatu usaha memiliki daya saing, dengan cara meningkatkan penjualan, menjaga kualitas, dan meningkatkan pelayanan. Perkembangan usaha dan laba yang dicapai dapat digunakan sebagai alat ukur terhadap keberhasilan suatu usaha dalam menjalankan aktivitas yang berkenaan dengan operasinya. Dalam hal ini untuk meningkatkan volume penjualan, suatu usaha harus bersaing untuk mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya dan menjaga loyalitas konsumennya sehingga kelangsungan suatu usaha dapat berkelanjutan sehingga mampu bersaing.

Untuk meningkatkan penjualan, suatu usaha harus menetapkan strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran adalah suatu proses yang menghantarkan organisasi pada peluang pasar yang besar untuk meningkatkan penjualan dan meraih keunggulan yang diharapkan, strategi pemasaran juga merupakan alat yang penting agar perusahaan mampu memenangkan persaingan.

Disamping itu, pemasaran berfungsi untuk mendekatkan jarak antara produsen dengan konsumen. Dengan memproduksi barang dan jasa, perusahaan berusaha untuk meningkatkan penjualan dengan cara dan strategi yang tepat. Untuk mendapatkan pelanggan sebanyak mungkin,

setiap perusahaan memiliki strategi yang berbeda. Penggunaan cara metode tersebut dalam ilmu pemasaran disebut dengan strategi pemasaran. Apabila perusahaan tidak menetapkan strategi yang tepat maka perusahaan tidak dapat hidup dan berkembang karena itu hendaknya setiap perusahaan dapat menetapkan cara dan strategi yang tepat sehingga akhirnya dapat bertahan dan bersaing merebut pasar yang ada.

Setiap daerah Indonesia pada umumnya dan Yogyakarta pada khususnya pasti memiliki makanan khas masing-masing. Salah satunya yang bisa di temui di Yogyakarta adalah panganan jadah tempe yang merupakan makanan tradisional dari Kabupaten Sleman, tepatnya berasal dari daerah lereng Gunung Merapi, Kaliurang. Jadah tempe adalah salah satu makanan tradisional khas yang berasal dari Sleman, Yogyakarta. Belum lengkap rasanya datang ke Kaliurang tidak mencicipi makanan ini. Makanan ini tidak akan anda temui di sembarang tempat di kota Yogyakarta karena makanan ini makanan khas Kaliurang dan sangat terkenal hanya ada di sekitar tempat wisata yang berada di lereng Gunung Merapi.

Warung makan Jadah Tempe Mbah Carik adalah warung makan jadah tempe yang paling terkenal di Yogyakarta. Pada tahun 1942 Jadah Tempe ini diperkenalkan pertama kali oleh Sastrodinomo atau yang sering disapa Mbah Carik. Diberikan nama Jadah Tempe Mbah Carik oleh istri dari Sri Sultan ke 9. Awal warung makan Mbah Carik ini berada di Jalan Astomulyo No.50, Kaliurang, Hargobinangun, Kec. Pakem, Kab. Sleman,

DIY. Namun setelah seiring berjalannya waktu karena ketekunan dan keteguhan sang pemilik yaitu Mbah Carik hingga akhirnya bisa mendirikan warung beberapa cabang yang beralamat di:

1. Jalan Kaliurang KM 12, Besi, Kec.Sleman, DIY.
2. Jalan Kaliurang KM 16, Degolan, Kec.Sleman, DIY.
3. Jalan Tlogo Putri, Kaliurang, Kec. Sleman, DIY.
4. Jalan Palagan Km 16, Pakem, Kec.Sleman, DIY.
5. Jalan Manggur, Demangan, Kab.Sleman, DIY.

Dengan dibukanya cabang maka usaha yang dijalankan akan mudah dikenal masyarakat luas dan dengan mudah memperoleh produk yang diinginkan karena Warung Jadah Tempe Mbah Carik sangat ramai pengunjung. Oleh karena itu dibukanya cabang diharapkan konsumen supaya lebih mudah mendapatkan produk yang diinginkan.

Namun dengan membuka cabang baru tidak semudah ketika menjalankan usaha yang sudah berjalan lama atau yang sudah dikenal banyak masyarakat, banyak sekali rintangannya seperti munculnya pesaing-pesaing baru yang mendirikan usaha sejenis bahkan dari segi harga lebih murah dibandingkan dengan Warung Jadah Tempe Mbah Carik ini, apalagi membuka cabang perlu proses untuk dapat dikenal oleh masyarakat luas disebuah perusahaan. Oleh karena itu memaksimalkan strategi pemasaran sangatlah penting karena ketika sebuah usaha dikenal konsumen serta memiliki daya tarik tersendiri dan memiliki pelanggan

maka akan mempengaruhi tingkat penjualan perusahaan karena semakin dikenal banyak pelanggan yang membeli di tempat usaha tersebut.

Cabang Warung Jadah Tempe Mbah Carik Jumlah pengunjungnya pun pasang surut bahkan cenderung menurun dan sejak kecenderungan pasar dan konsumen menjadi lebih sensitif, dimana banyak sekali dibukanya warung makan baru yang sama sama menjual jadah tempe, berbentuk warung kecil/angkringan dipinggir jalan dan harga yang lebih murah dibanding warung makan ini, sehingga pengunjung semakin menurun. Oleh karena itu perusahaan perlu mengatur strategi baru untuk meningkatkan penjualannya.

Kemudian dari segi strategi pemasaran yang digunakan oleh Warung Jadah Tempe Mbah Carik yaitu hanya melalui mulut ke mulut. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Strategi Pemasaran Warung Jadah Tempe Mbah Carik**”.

## **B. Fokus Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diurai diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimana strategi pemasaran Warung Jadah Tempe Mbah Carik?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang tepat pada warung jadah tempe mbah carik.
2. Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada Warung Jadah Tempe Mbah Carik.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Praktis**

Peneliti dapat memberikan masukan dan saran kepada perusahaan berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis SWOT dan perencanaan strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan penjualan di Warung Jadah Tempe Mbah Carik.

##### **2. Manfaat Teoritis**

###### **a. Bagi Penulis**

Penelitian ini dilakukan untuk menambah ilmu pengetahuan penulis dalam memasarkan suatu produk dalam penjualan.

###### **b. Bagi pembaca**

Sebagai referensi atau acuan yang dapat dibaca di masa yang akan datang apabila ingin melakukan penelitian lebih lanjut dan sebagai salah satu penelitian baru mengenai strategi pemasaran, bauran pemasaran dan analisis SWOT.