

ABSTRAK

MAURA FLAGELIA PUTRI 2021, 161002026. Analisis Strategi Bauran Pemasaran Toko Havana Frozen Food Kota Tasikmalaya. Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi.

Perkembangan ekonomi di Kota Tasikmalaya sudah mulai berkembang hal ini terjadi karena banyaknya pengusaha yang mengelola usaha-usaha baru salah satu usaha dalam memasarkan produk olahan pangan beku yang biasa disebut dengan frozen food. Permasalahan yang terjadi diantara 4P marketing mix diantaranya adalah (*Product, Price, Place, Promotion*). Yang dominan muncul permasalahannya adalah Promotion karena strategi promosi yang diterapkan oleh Havana frozen masih sangat kurang.

Maka dari itu Havana frozen membutuhkan sebuah strategi bauran pemasaran yang dapat mengembangkan strategi promosi agar dapat meningkatkan penjualan pada produk Havana frozen. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini 1) bagaimana strategi bauran pemasaran pada toko Havana frozen food di kota Tasikmalaya.

Penelitian ini dilakukan di toko Havana frozen yang tujuannya adalah untuk mengetahui strategi bauran pemasaran dalam bentuk *marketing mix (4P)* yang ada di Havana frozen. Teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, atau *interview*, dan dokumentasi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif.

Hasil penelitian dari Havana frozen menunjukkan bahwa Havana frozen sudah menggunakan strategi inti pemasaran dan juga strategi bauran pemasaran. Akan tetapi masih belum optimal dilakukan oleh Havana frozen tersebut, karena Havana frozen masih belum bisa memaksimalkan strategi promosi secara baik dan benar.

Kata Kunci: Strategi Bauran Pemasaran, Promosi, Frozen Food