

ABSTRAK

M. Rizal Basri, 2023, Penerapan Strategi Pemasaran Melalui Public Relations Usaha Kecil Menengah Di RM Asela Desa Sejati Kecamatan Camplong Kabupaten Sampang, Skripsi, Program Studi Tadris Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Tarbiyah, IAIN Madura, Dosen Pembimbing: Agung Dwi Bahtiar El Rizaq, M.Pd.

Kata kunci : Strategi pemasaran, Public relations, Usaha Kecil-Menengah

Strategi pemasaran berperan dalam keberhasilan suatu perusahaan oleh karena itu RM Asela membentuk strategi dengan tujuan untuk kesuksesan perusahaan. Strategi Marketing yang dilakukan oleh RM Asela sangat baik dengan dibuktikan banyaknya pengunjung serta keuntungan yang didapatkan oleh RM Asela, hal ini karena RM Asela memiliki konsep semi kafe dengan nuansa pinggir laut yang ikut mempercantik RM Asela serta membantu dalam menarik minat konsumen. Ditengah meningkatnya penjualan RM Asela hal ini tidak terlepas dengan adanya strategi *Public Relations* yang diterapkan dengan bertujuan untuk membangun citra perusahaan yang baik serta dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat.

Dari permasalahan tersebut terdapat satu fokus kajian utama dalam penelitian ini, yaitu, Untuk mendeskripsikan tentang penerapan strategi pemasaran melalui *Public Relations* di RM Asela untuk menarik minat beli konsumen.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif analisis, dengan jenis pendekatan fenomenologi. Dalam teknik pengumpulan data menggunakan observasi partisipatif, wawancara semi struktur dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Penerapan strategi pemasaran melalui *Public Relations* yang diterapkan oleh RM Asela yaitu a) Publikasi: laporan keuangan, buletin, brosur b) Sponsor : semua kalangan c) Acara : melalui isra' Mi'roj, event 17 agustus d) Berita : radio karimata e) Pidato: menjadi pemateri enterpreneur di kampus maupun diluar kampus f) Kegiatan Layanan Masyarakat dijadikan tempat pembuatan video klip, membantu pembangunan rumah, santunan anak yatim dan kaum duafa. g) Media identitas: logo perusahaan papan nama, serta seragam perusahaan.