

ABSTRACT

Sherly Regina Rahayu, 213106078, 2024. **The Implementation of 4P Marketing Mix Strategy at Lesung Kresek as Culinary Tourism in Madiun Regency. English Diploma III Program, Business Administration Department, State Polytechnic of Madiun.**

Madiun is an area that has potential tourism attractions. Lesung Kresek is a culinary tourism combination of nature and culinary tourism with a traditional Javanese theme. Lesung Kresek offers a variety of traditional Javanese food and beverage products. With that the writer is interested in discussing the implementation of the 4p marketing mix (Product, Price, Place and Promotion) as well as supporting and unsupporting factors. The research method used by the writer is descriptive qualitative with data collection of observation, interviews and documentation. The results showed that Lesung Kresek succeeded in creating a variety of snack products, main course meals, desserts and beverage variations with a variety of affordable prices, with these prices customers can get a variety of products that have quality. The location of Lesung Kresek has a strategic place and easy access, besides that there are several other supporting facilities. The promotion used by Lesung Kresek is through online media by utilizing social media and offline media through promotions to schools, offices and companies. The implementation of the 4p marketing mix at Lesung Kresek is influenced by several supporting factors to slowly implementation 4p marketing mix. In addition, there are unsupporting factors in the product element which has obstacles in the procurement of seasonal raw materials, obstacles in the place element are the lack of parking on weekend, in the promotion element there are obstacles to not selling promotions and not getting approval from the owner.

Keywords: *4P Marketing Mix, Supporting and Unsupporting Factors, Lesung Kresek, Culinary Tourism*

ABSTRAK

Sherly Regina Rahayu, 213106078, 2024. **The Implementation of 4P Marketing Mix Strategy at Lesung Kresek as Culinary Tourism in Madiun Regency.** Program Studi Bahasa Inggris, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Madiun

Madiun adalah daerah yang memiliki potensi tempat wisata. Lesung Kresek merupakan wisata kuliner perpaduan antara wisata alam dan kuliner dengan tema tradisional Jawa. Lesung Kresek menawarkan berbagai produk makanan dan minuman tradisional Jawa. Dengan itu penulis tertarik untuk membahas implementasi bauran pemasaran 4P (Produk, Harga, Tempat dan Promosi) serta faktor pendukung dan tidak mendukung. Metode penelitian yang digunakan penulis adalah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan Lesung Kresek berhasil menciptakan variasi produk Camilan, Makanan utama, Makanan penutup dan Variasi minuman dengan berbagai macam harga yang terjangkau, dengan harga tersebut pelanggan dapat mendapatkan variasi produk yang memiliki kualitas. Lokasi Lesung Kresek memiliki tempat yang strategis dan akses yang mudah dijangkau, selain itu terdapat beberapa fasilitas pendukung lainnya. Promosi yang digunakan Lesung Kresek dengan melalui media online dengan memanfaatkan media sosial dan media offline melalui promosi ke sekolah, kantor dan Perusahaan. Implementasi bauran pemasaran 4P di Lesung Kresek dipengaruhi beberapa faktor pendukung dari faktor personal pemilik, lingkungan, dan sosial. Selain itu, terdapat faktor tidak mendukung pada elemen produk yang memiliki hambatan dalam pengadaan barang bahan baku yang musiman, hambatan pada elemen tempat adalah kurangnya lahan parkir pada hari libur, pada elemen promosi terdapat hambatan tidak terjualnya promosi dan tidak mendapatkan persetujuan dari pemilik.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran 4P, Faktor Pendukung dan Faktor Tidak Mendukung, Lesung Kresek, Wisata Kuliner