

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
OMSET PENJUALAN PADA TOKO JAYA SERBA 35.000
SKIP KOTA BENGKULU**



SKRIPSI

DISUSUN OLEH :

CINDI AURELLIA
NPM. 2187203037

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU**

2025

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
OMSET PENJUALAN PADA TOKO JAYA SERBA 35.000
SKIP KOTA BENGKULU**



SKRIPSI

**Ditujukan Kepada
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Bengkulu
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Pendidikan**

DISUSUN OLEH :

**CINDI AURELLIA
NPM. 2187203037**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU**

2025

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
OMSET PENJUALAN PADA TOKO JAYA SERBA 35.000**

SKIP KOTA BENGKULU



SKRIPSI

**DISUSUN OLEH :
CINDI AURELLIA
NPM. 2187203037**

DISTUJUI OLEH :

Pembimbing I

Pembimbing II

**Drs. Duharman, M. M
NIDN. 0201056401**

**Ayudho Selvian, S.Pd., M.Ak.
NIDN. 0205019601**

**Mengetahui
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Bengkulu**



**Drs. Santoso, M.Si.
NIP. 19670615 199303 1004**

**DIPERTAHANKAN DI DDEPAN TIM PENGUJI SKRIPSI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU**

Ujian Skripsi Dilaksanakan Pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 6, Agustus 2025

Pukul : 08.30 s.d Selesai WIB

Tempat : Ruang Sidang Skripsi FKIP UMB

TIM PENGUJI

Nama

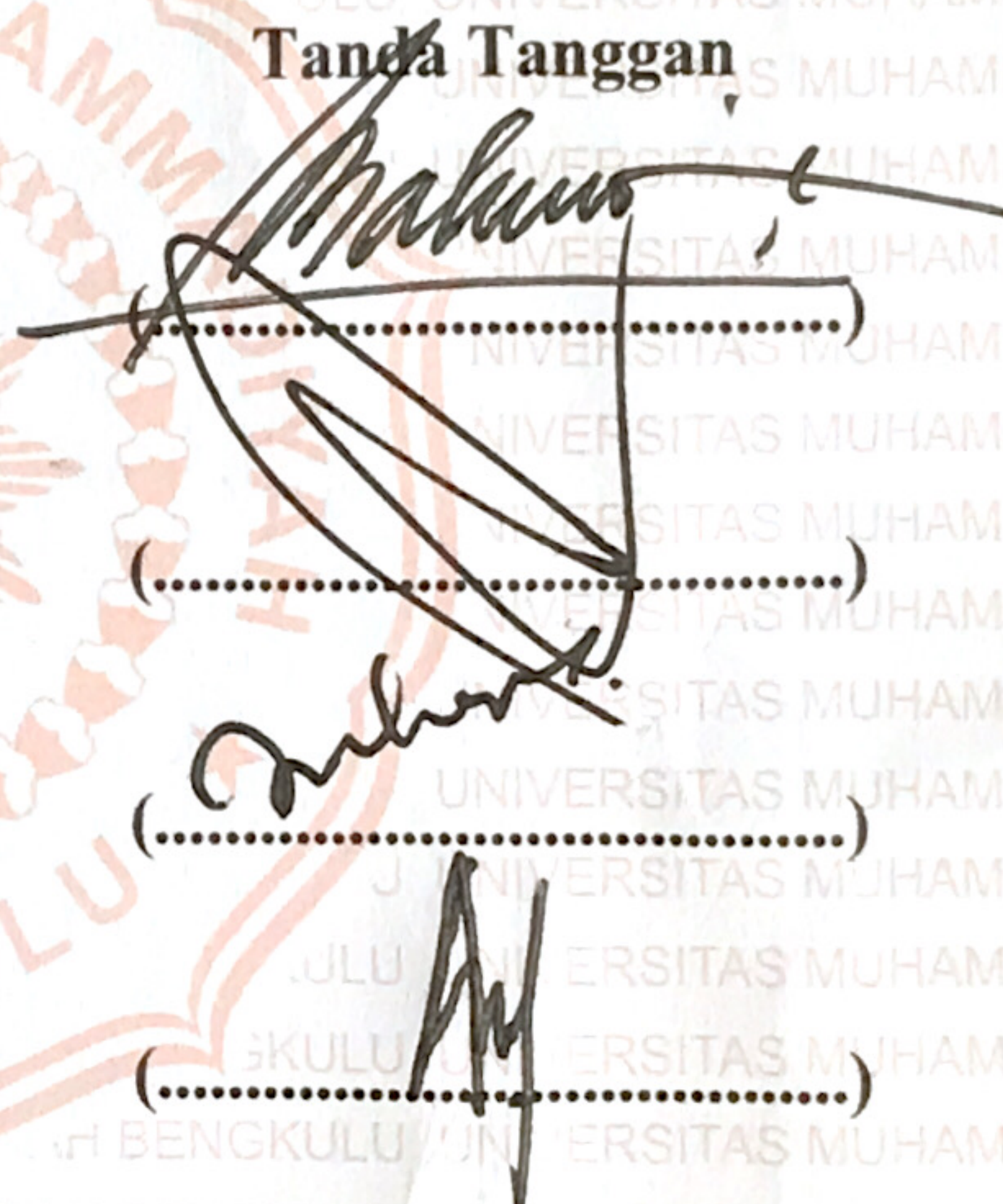
Tanda Tangan

**1. Dr. Bahrin, M. Si
(Ketua)**

**2. Drs. Herwan MDK, M.M
(Anggota)**

**3. Drs. Duharman, M.M
(Anggota)**

**4. Ayudho Selviani, S.Pd., M.Ak
(Anggota)**



Mengetahui

**Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Bengkulu**



Drs. Santoso, M.Si.

NIP. 19670615 199303 1004

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertanda Tangan di Bawah Ini

NAMA : CINDI AURELLIA

NPM : 2187203037

PRODI : PENDIDIKAN EKONOMI

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul “**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN PADA TOKO JAYA SERBA 35.00 SKIP KOTA BENGKULU**” adalah karya sendiri. Apabila dikemudian hari ternyata karya tulis ini berindikasi sebagai plagiat. Saya bersedia menerima sanksi yang berlaku di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

Bengkulu, Agustus 2025



CINDI AURELLIA

NPM. 2187203037

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"Barang siapa bertakwa kepada Allah maka Dia akan menjadikan jalan keluar baginya, dan memberinya rezeki dari jalan yang tidak ia sangka, dan barang siapa yang bertawakal kepada Allah maka cukuplah Allah baginya, Sesungguhnya Allah melaksanakan kehendak-Nya, Dia telah menjadikan untuk setiap sesuatu kadarnya."

(Q.S. Ath-Thalaq ayat 2-3)

"Menjadi anak perempuan pertama bukan beban, tapi amanah yang kujadikan kekuatan."

"Langkah kecil ini kupersembahkan untuk keluarga, karena menjadi yang pertama berarti memberi jalan."

PERSEMBAHAN

Dalam perjuangan ini tidak sedikit hambatan dan rintangan yang telah kuhadapi, cobaan yang datang selisih berganti untuk menguji kesabaran dan kesungguhan. Bismillahirrahmanirrahim Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT. Karena selalu memberikan Pundak yang kuat dan sabar tiada batas dalam mencapai sebuah kesuksesan. Berkat Rahmat-Mu aku bisa menyelesaikan skripsi ini yang akan kupersembahkan kepada
2. Cinta Pertama dan Panutanku, Ayahhanda Arlis. Terimakasih atas pengorbanan mu, kerja keras mu serta kasih sayang yang tidak pernah padam, terimakasih tetap berdiri kuat dan sehat sampai hari ini, kalian segalanya bagiku, semoga diberikan umur yang Panjang dan bahagia dihari tua serta selamat dunia dan Akhirat Amin.

3. Pintu Surgaku, Ibunda Yulia Ningshi. Ribuan terimakasih aku ucapkan untuk pengorbanan yang telah membesarkan aku dengan penuh kasih sayang. Ibu adalah sumber kekuatan dan inspirasi saya dalam menghadapi dunia.
4. Adeku (Raffa Arya Syaputra), terima kasih yang selalu memberikan semangat dan memberikan dorongan kepada kakak untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Sudari Sepupu saya semasa kecil hingga sekarang , Deffa Sarah Dilla, Kintan Dwi Oktaviani, Lutfia Agrinda, Alia Syaharani, Walyazazki syahda terima kasih atas semua dukungan yang diberikan, yang selalu ada Bersama saya dalam keadaan apapun sehingga saya bisa melewati hari-hari sulit, I wish you all the best.
6. Kepada sahabat semasa perkuliahan saya Tiara, S.Pd, Hafifah mardiah, S.Pd, Pesi Susanti, S.Pd, yang sudah mendengarkan keluh kesah saya semasa pembuatan skripsi ini, dan meluangkan waktu dan pikirannya untuk membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Terima kasih penulis ucapkan kepada pemilik NIM. P05150121018 yang rasa sabarnya seluas samudra, terima kasih atas cinta dan semangatnya, terima kasih selalu ada dalam suka maupun duka dalam penyusunan Skripsi ini. Terima kasih telah menjadi rumah untuk pulang bahkan di saat penulis sendiri hampir menyerah.
8. Cindi Aurellia, last but no least, ya! Diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terima kasih sudah bertahan.

RIWAYAT HIDUP



Nama saya, CINDI AURELLIA lahir pada tanggal 6 Juli 2003 di Bengkulu. Penulis adalah anak pertama dari pasangan Bapak Arlis dan Ibu Yulia Ningshi. Pendidikan saya di mulai pada Taman Kanak-Kanak dilanjutkan pada

Sekolah Dasar N 07 Kota Bengkulu. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan Pada SMP N 07 Kota Bengkulu serta SMA N 6 Kota Bengkulu, sekarang penulis sebagai mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Bengkulu yang telah menyelesaikan Sidang Skripsi pada tanggal 06 Agustus 2025 dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Omset Penjualan Pada Toko Jaya Serba 35.000 Skip Kota Bengkulu. Pada saat menjadi mahasiswa penulis aktif mengikuti Hima PE atau yang sering disebut Himpunan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi, Program Studi yang telah penulis tempuh hanya ada satu di Provinsi Bengkulu, hanya ada di Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

Pada 25 Januari 2024 penulis melakukan Studi Lapangan Terbuka bersama teman – teman seperjuangan Pendidikan Ekonomi angkatan 2021, SLT tersebut merupakan pengalaman yang paling menyenangkan yang penulis rasakan bersama teman – teman PE 2021, SLT hiburan kami sebelum kami melaksanakan pembuatan Skripsi.

ABSTRAK

Cindi Aurellia, 2025. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Omset Penjualan pada Toko Jaya Serba 35.000 Skip Kota Bengkulu.

Pembimbing I : Drs. Duharman. M. M.

Pembimbing II : Ayudho Selviani, S. Pd., M.Ak

Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui omset penjualan pada Toko Jaya Serba 35.000 Skip Kota Bengkulu, yang dipengaruhi oleh perubahan perilaku konsumen dan kemajuan teknologi, seperti e-commerce. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan toko serta menentukan strategi yang paling relevan dan efektif untuk meningkatkan omset penjualan. Metode penelitian yang digunakan adalah Deskriptif dengan pendekatan Kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis yang dilakukan dengan reduksi data, penyajian data, dan penarik kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang telah diterapkan meliputi konsep 4P (Produk, Harga, Tempat, Promosi). Strategi Pemasaran yang tepat dan relevan dilihat dari analisis bobot frekuensi, strategi produk menjadi elemen paling dominan dengan kontribusi 37,0%, strategi harga (29,6%), lokasi (18,5%), dan promosi (14,8%). Hal ini menunjukkan bahwa produk yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan pasar adalah inti dari strategi pemasaran yang efektif. Peningkatan omset penjualan yang signifikan dari Rp4.316.212.000 pada tahun 2024 menjadi Rp5.143.567.000 pada tahun 2025.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran Omset Penjualan

ABSTRACT

Cindi Aurellia, 2025. “Analysis of Marketing Strategies to Increase Sales Turnover at Toko Jaya Serba 35.000 Skip, Bengkulu City”.

Thesis : Economic Education, Study Program, Faculty of Teacher Training and Education, Muhammadiyah University of Bengkulu.

Supervisors I : Drs. Duharman, M.M.

Supervisors II : Ayudho Selviani, S.Pd., M.Ak

This research addresses the problem of identifying the marketing strategies employed to increase sales turnover at Toko Jaya Serba 35,000 Skip, Bengkulu City, in the context of shifting consumer behavior and technological advancements, including the rise of e-commerce. The purpose of this research is to analyze the marketing strategies implemented by the store and to identify the most relevant and effective strategy for increasing sales turnover. The study adopts a descriptive qualitative approach, with data collected through observation, interviews, and documentation. Data were analyzed using the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. Findings indicate that the store actively applies the 4Ps Marketing mix (Product, Price, Place, Promotion). Based on the analysis of weighted frequencies, product strategy is the most dominant element, contributing 37.0%, followed by price strategy (29.6%), location (18.5%), and promotion (14.8%). This shows that offering high-quality products that meet market needs is the core of an effective marketing strategy. The store experienced a significant increase in sales turnover, from IDR 4,316,212,000 in 2024 to IDR 5,143,567,000 in 2025.

Keywords: Marketing Strategy, Sales Turnover.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah AWT atas kasih sayang-Nya yang telah memberikan nikmat sehat kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul *“Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Omset Penjualan Pada Toko Jaya Serba 35.000 Skip Kota Bengkulu”*.

Shalawat serta salam juga tak hentinya penulis curahkan kepada baginda Rasulullah Saw. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini berhasil hingga ditahap ini melalui bimbingan, motivasi, dan juga bantuan dari berbagai pihak, untuk itu penulis dengan rasa syukur yang amat dalam menghanturkan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Santoso, M. Si. Selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
2. Ibu Meirani, M.Pd, E. Selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi.
3. Bapak Drs. Duharman, MM. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan masukan, keritikan, dan saran dalam penulisan sekaligus memberikan banyak kemudahan dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Ayudho Selviani, M. Ak. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan masukan, keritikan, dan saran dalam penulisan sekaligus memberikan banyak kemudahan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Muhammadiyah Bengkulu, Terkhusus Dosen Prodi Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan ilmu serta pemahamannya bagi penulis sebagai bekal pengabdian kepada masyarakat, agama, nusa dan bangsa.
6. Orang tua ku, serta segenap keluarga besar yang telah memberikan kasih dan sayangnya yang tiada terhingga dan selalu memberikan doa sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Teman – teman seperjuangan angkatan 2021 Prodi Ekonomi Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

Semoga Allah SWT Membalas setiap kenaikan, dan menjadi amal ibadah kita di hari pembalasan. Harapan penulis , Skripsi ini dapat bermanfaat serta dapat digunakan bagi peneliti-peneliti selanjutnya agar wawasan dan keilmuan

bertambah baik secara teoritis maupun praktik. Penulis juga menyadari bahwa penulisan Skripsi ini masih banyak kekurangan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya bagi para pembaca pada umumnya.

Bengkulu, Juli 2025

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM DOSEN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
RIWAYAT HIDUP	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	16
B. Rumusan Masalah	18
C. Tujuan Penelitian	19
D. Manfaat Penelitian	19
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Deskripsi Teoritis/Pembahasan Teori	20
1. Strategi.....	20
2. Pemasaran.....	20
3. Strategi Pemasaran	21

4. Omset Penjualan.....	32
B. Hasil Penelitian yang Relevan	35
C. Kerangka Berfikir.....	37

BAB III METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian.....	38
2. Tempat dan Waktu Penelitian	38
3. Data Dan Sumber Data.....	38
4. Metode Pengumpulan Data	39
5. Teknik Analisis Data.....	40
6. Keabsahan Data.....	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Tempat Penelitian	43
B. Deskripsi Hasil Penelitian	47
C. Pembahasan Hasil Penelitian	66

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	73
B. Saran.....	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kisi-Kisi Wawancara	40
Tabel 4. 1 Daftar Harga Produk Toko Jaya Serba 35.000 Skip Kota Bengkulu	44
Tabel 4. 2 Batas Wilayah Kecamatan Ratu Agung Kota Bengkulu.....	45
Tabel 4. 3 Hasil Wawancara	48
Tabel 4. 4 Bobot Frekuensi.....	70
Tabel 4. 5 Omset Penjualan Toko Jaya Serba 35.000 Skip Kota Bengkulu	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir	37
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	45
Gambar 4. 2 Grafik Kontribusi	70

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Strategi pemasaran adalah rencana yang memandu suatu bisnis dalam mengenalkan produk atau jasa kepada konsumen dan membangun merek yang kuat. Menurut (Hulu et al., 2021) Strategi pemasaran adalah serangkaian tindakan atau cara-cara yang dilakukan oleh unit bisnis untuk mencapai sasaran yang didalamnya tercantum keputusan-keputusan hasil dari pemikiran perorangan maupun bersama. Strategi Pemasaran bukan sekedar proses menawarkan produk atau jasa kepada konsumen, tetapi melibatkan kebutuhan dan keinginan konsumen, pengembangan produk yang relevan, penetapan harga yang kompetitif dan penyampaian pesan pemasaran yang menarik.

Strategi yang dilakukan oleh suatu bisnis bertujuan untuk meraih pangsa pasar dalam meningkatkan omset penjualan. Menurut (Halimatus Sa'diyah & Renny Oktafia, 2022) Omset penjualan merupakan total keseluruhan penjualan produk barang dan jasa dalam waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan banyaknya jumlah pendapatan uang. Omset penjualan sendiri adalah total pendapatan yang dihasilkan dari penjualan barang atau jasa dalam periode tertentu. Omset yang stabil dan terus meningkat mencerminkan keberhasilan suatu bisnis dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan strategi pemasaran yang kuat sebagai fondasi kesuksesan dalam dunia bisnis yang terus berkembang di era globalisasi saat ini untuk mempertahankan eksistensi, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan omset penjualan.

Dalam meningkatkan omset penjualan memerlukan strategi yang baik. Ada istilah Marketing Mix dalam strategi pemasaran atau alat yang digunakan untuk mencapai tujuan dari strategi pemasaran yang dikenal dengan 4P, yaitu Product (Produk) untuk membantu suatu bisnis mengembangkan produk yang ditawarkan apa sudah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan target pasar tentunya dengan mempertimbangkan kualitas, desain dan kegunaan produk itu

sendiri. Price (harga) yaitu untuk menentukan berbagai penetapan strategi harga yang tepat dalam memaksimalkan keuntungan yang akan diperoleh. Place (tempat) membantu suatu bisnis dalam memastikan produk yang mereka tawarkan berada dalam lokasi yang strategis dan mudah diakses target pasar, dalam pemilihan lokasi ada juga tata letak toko yang dimana mempengaruhi konsumen. toko yang bersih, rapi dan terorganisir dengan baik dapat menciptakan kesan positif dan memudahkan konsumen menemukan produk yang di inginkan sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan. dan Promotion (Promosi) terakhir promosi untuk membantu bisnis dalam membangun kesadaran merek dan mengenalkan nilai produk ke target pasar, dengan melakukan promosi yang baik dapat membangun loyalitas dalam mempertahankan pelanggan yang sudah. Elemen-elemen ini harus dikelola secara terintegrasi untuk menciptakan keunggulan kompetitif dan memberikan nilai tambah bagi pelanggan.

Kemunculan Toko Serba 35.000 di Indonesia yang pesat menunjukan potensi besar dalam pasar ritel. Namun, untuk menjaga pertumbuhan ini diperlukan strategi pemasaran yang sesuai dengan tujuan suatu bisnis. Toko yang menawarkan berbagai macam produk dengan harga yang sama, yaitu 35.000 per item. Konsep ini mirip dengan toko dengan harga seragam, yang menjadi daya tarik utama bagi konsumen karena kesederhanaan harga dan kesan keterjangkauan. Strategi harga tetap seperti ini menarik konsumen karena memberikan kemudahan dalam menentukan anggaran belanja dan menciptakan persepsi "murah" atau "terjangkau".

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan pada tanggal 13 Januari 2025 di Toko Serba 35.000 yang beralamat di Jalan S. Parman, Tanah Patah, Kecamatan Ratu Agung. Toko Jaya serba 35.000 yang sudah berdiri dari tahun 2021 sudah menerapkan konsep 4P (Produk, Harga, Tempat dan Promosi). Produk yang ditawarkan oleh toko jaya serba 35.000 sudah dengan kualitas yang baik sesuai dengan harga yang ditawarkan yaitu 35.000. Istilah “toko serba 35.000” yang digunakan toko jaya yang menawarkan berbagai macam produk yang dijual seperti peralatan rumah tangga, alat tulis, aksesoris,

mainan anak, namun ada sebagian produk yang harga nya tidak sesuai dengan branding promosi toko dengan menggunakan harga seragam yaitu 35.000. Strategi pemasaran ini hanya menjadi daya tarik utama bagi konsumen dikarenakan kesan keterjangkauan. Namun munculnya kemajuan teknologi seperti e-commerce telah mengubah cara konsumen mencari informasi untuk berbelanja. Selain itu, perilaku konsumen yang terus berubah akibat perkembangan teknologi dan tren pasar juga menjadi tantangan bagi Toko Jaya Serba 35.000 dalam mempertahankan keseimbangan omset penjualan. Konsumen saat ini cenderung lebih kritis dan memiliki banyak pilihan, sehingga toko harus mampu menawarkan nilai tambah melalui strategi pemasaran yang inovatif dan adaptif dalam meningkatkan omset penjualan. Maka pihak manajemen harus membuat suatu strategi yang mampu memanfaatkan berbagai kesempatan yang ada dan berusaha mengurangi dampak ancaman yang ada dan menjadi suatu kesempatan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengalisis strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan omset penjualan pada Toko Jaya Serba 35.000, Sehingga saya mengambil judul pnelitian “ Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Omset Penjualan Pada Toko Jaya Serba 35.000 Skip Kota Bengkulu”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apa saja strategi pemasaran yang diterapkan oleh toko jaya serba 35.000 Skip Kota Bengkulu?
2. Strategi pemasaran apa yang paling tepat dan relevan diterapkan dalam upaya meningkatkan omset penjualan pada toko jaya serba 35.000 Skip Kota Bengkulu?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran apa yang telah diterapkan oleh toko serba 35.000 Skip Kota Bengkulu untuk meningkatkan omset penjualan.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran apa yang tepat dan relevan dalam upaya meningkatkan omset penjualan pada toko serba 35.000 Skip Kota Bengkulu.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Pada penelitian ini penulis harapan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori tentang Strategi Pemasaran terhadap Omset Penjualan. Selain itu hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya dan menambah informasi mengenai Strategi Pemasaran dalam upaya meningkatkan Omset Penjualan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini untuk menambah wawasan baru dalam bidang Strategi Pemasaran terhadap Omset Penjualan dalam bidang pendidikan.

b. Bagi Toko Jaya Serba 35.000 Skip Kota Bengkulu

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai wawasan tambahan untuk meningkatkan omset penjualan dari Strategi Pemasaran agar bisa ditingkatkan untuk menarik segmen pasar yang lebih luas. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan untuk UMKN dalam meningkatkan Omset Penjualannya.