

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Susu Sapi dalam Peningkatan Penjualan di Badan Usaha Milik Desa Makmur Abadi Desa Bendosari Kematan Sanan Kulon Kabupaten Blitar” ini ditulis oleh Siti Rida Farikhah, NIM. 17402163215, dengan dosen pembimbing Nurul Fitri Ismayanti, M.E.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya sebuah strategi pemasaran dalam peningkatan penjualan. Strategi yang dilakukan dalam peningkatan penjualan ini meliputi produk, harga, pemasaran, dan distribusi. Dalam empat hal ini yang menjadi daya tarik pasti adalah produknya, dengan alasan produk yang memiliki daya Tarik tersendiri oleh konsumen selain itu produk ini juga layak bersaing dipasaran.

Fokus penelitian ini adalah, 1) Bagaimana strategi pemasaran di BUMDES Makmur Abadi? 2) Apa kendala yang dihadapi oleh BUMDES Makmur Abadi dalam memasarkan produknya? 3) Bagaimana solusi yang dilakukan oleh BUMDES Makmur Abadi dalam mengatasi masalah pemasaran produknya?

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan deskriptif. Sumber data yang diperoleh adalah data primer dan sekunder. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, paparan data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BUMDES Makmur Abadi adalah dengan memberikan jaminan kualitas tinggi karena produk tidak mengguakan pengawet, harga ini ditujukan untuk semua kalangan, promosi dilakukan dengan beberapa media seperti media online, periklanan, *personal selling*, dan promosi penjualan. Kendala yang dhadapi BUMDES cukup berfariasi seperti kendala produk yang mudah basi, harus disimpan dikulkas, harga dianggap mahal karena dijual disekitaran lokasi BUMDES, kurangnya pengetahuan tentang media social, kendala alat trasportasi dan juga kendala pendistribusin di luar kota. Solusi yang dilakukan BUMDES adalah dengan cara: memilih toko yang memiliki kulkas sehingga produk akan bertahan 7 harian, produk dipasarkan ketempat-tempat lain agar pangsa pasar tidak merasa bahwa produk tersebut mahal, memberikan banner dikios-kios atau toko-toko agar para konsumen tahu bahwa disitu menjual produk olaan milik BUMDES, untuk pendistribusian BUMDES mendistribusikan dengan menggunakan transportasi milik pegawai dan untuk produk yang dikirim ke luar kota maka BUMDES akan memberikan glues disetiap box hal ini agar produk bias tahan lama
diperjalanan.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Kendala dalam Memasarkan Produk, Solusi dalam Mengatasi Masalah Pemasaran.

ABSTRACT

The thesis entitled "Marketing Strategy of Cow Milk in Increasing Sales in the Enterprises Owned by Makmur Abadi Village, Bendosari Village Sanan Kulon Savings, Blitar District" was written by Siti Rida Farikhah, NIM. 17402163215, with supervisor lecturer Nurul Fitri Ismayanti, M.E.I.

This research is motivated by the importance of a marketing strategy in increasing sales. The strategies adopted to increase sales include product, price, marketing and distribution. In these four things the definite attraction is its product, with the reason that the product has its own attraction by consumers besides this product is also worthy of competing in the market.

The focus of this research is, 1) What is the marketing strategy at BUMDES Makmur Abadi? 2) What are the obstacles faced by BUMDES Makmur Abadi in marketing their products? 3) How is the solution made by BUMDES Makmur Abadi in overcoming the problem of marketing its products?

This type of research is a qualitative study using a descriptive approach. Sources of data obtained are primary and secondary data. Data analysis techniques using data reduction, data exposure, and drawing conclusions.

The results of this study indicate that: The marketing strategy undertaken by BUMDES Makmur Abadi is to provide high quality guarantees because the product does not use preservatives, this price is intended for all circles, promotion is carried out with several media such as online media, advertising, personal selling, and sales promotion . Constraints faced by BUMDES are quite varied such as the problem of perishable products, which must be stored in a refrigerator, the price is considered expensive because it is sold around BUMDES locations, lack of knowledge about social media, transportation equipment constraints and also the distribution constraints outside the city. The solution that BUMDES has done is to: choose a shop that has a refrigerator so that the product will last 7 days, the product is marketed to other places so that the market share does not feel that the product is expensive, provides banners on shops or shops so consumers know that there selling BUMDES-owned processed products, for distribution BUMDES distributes using employee-owned transportation and for products sent outside the city, BUMDES will provide glow in each box so that the product can be durable on the road.

Keywords: Marketing Strategy, Constraints in Marketing Products, Solutions in Overcoming Marketing Problems