

ABSTRAK

PENERAPAN *MARKETING PLAN* DALAM PENGEMBANGAN USAHA

DI

UKM POKLAHSAR BANG NAPENG, KABUPATEN SUMENEP,

KECAMATAN BLUTO, DESA LOBUK

Indonesia merupakan negara kepulauan yang sebagian besar luas wilayahnya merupakan perairan. Hasil penelitian pendahuluan menunjukkan bahwa Ikan merupakan salah satu hasil perikanan yang besar, dan banyak dihasilkan di Indonesia. Khususnya di Madura Kabupaten Sumenep yang memiliki potensi penghasil ikan dalam jumlah yang melimpah. Serta banyak pelaku usaha di bidang pengolahan ataupun penjualan ikan karena di kabupaten sumenep memiliki wilayah perairan laut yang cukup luas dan juga penghasil ikan yang cukup besar. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana pemanfaatan dan cara menerapkan marketing plan pada usaha di UMKM Poklahsar Bang Napeng.

Desain Untuk penelitian ini menggunakan sistem penelitian “*Diskriptif*” yang merupakan penelitian yang menggambarkan dan menguraikan keterangan dari data-data yang diperoleh dari perusahaan. Obyek penelitian adalah di UKM Poklahsar Bang Napeng. Jenis dan sumber data yang digunakan adalah Jenis data Primer dan Data Sekunder.

Hasil pembahasan penelitian untuk penerapan *Marketing Plan* menggunakan konsep A I D A + S dan sitem pemasaran yang menggunakan konsep bauran 4P dalam meningkatkan penjualan UKM Poklahsar Bang Napeng Kabupaten Sumenep yaitu pembahasan mengenai kenyataan di lokasi penelitian dan bentuk-bentuk konkrit dari strategi marketing plan dan pemasaran sebagai variabel bebas yang diteliti terdiri atas produk, harga, dan distribusi.

Sejauh mana pengaplikasian konsep A I D A + S pada UKM Poklahsar Bang Napeng. Untuk membuat Usaha Kecil Menengah Bang Napeng tersebut bisa bersaing di pasaran dan mendapatkan kepercayaan dari para konsumen.

Kata Kunci : Indonesia Merupakan Negara Kepulauan, Penerapan *Marketing Plan*, Usaha Kecil Menengah (UKM).

ABSTRACT

MARKETING PLAN IMPLEMENTATION OF BUSINESS DEVELOPMENT IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES POKLAHSAR BANG NAPENG, SUMENEP DISTRICT, DISTRICT BLUTO, DESA LOBUK

Indonesia is an archipelago that most of the area is waters. Preliminary observations indicate that fish is one of the great fishery products, and are produced in Indonesia. Especially in Madura Sumenep regency that has the potential producer of fish in large quantities. As well as many businesses in the processing or selling fish Karana in Sumenep regency has a sea area that is wide enough and also for producing a fish large enough. The purpose of this study to determine the extent of utilization and how to implement a marketing plan on a business in the Small and Medium Enterprises Poklahsar Bang Napeng.

Design For this study using research system "Diskriptif" which is a study that describes and outlines a description of the data obtained from the company. Object of research is in the Small and Medium Enterprises Poklahsar Bang Napeng. The types and sources of data used is the data type of the Primary and Secondary Data.

Discussion of the results of research on the application of the Marketing Plan uses the concept of AIDA + S and the system of marketing that uses the concept of mix 4P in increasing sales of Small and Medium Enterprises Poklahsar Bang Napeng Sumenep Regency is a discussion of the reality of the study sites and concrete forms of strategic marketing plan and marketing as independent variables studied consisted of product, pricing, and distribution.

The extent to which the application of the concept of A I D A + S on Small and Medium Enterprises Poklahsar Bang Napeng. To create a Small and Medium Enterprise Napeng Bang can be competitive in the market and gain the trust of the consumer.

Keywords: Indonesia is an Island Countries, Application Marketing Plan, Small and Medium Enterprises.