

ABSTRAK

Siti Amna Firdayanti, Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Tradisional Dalam Penjualan Kerupuk Puli (Studi Kasus Pada Kerupuk Poli Poetre Koneng Desa Gapura Barat Kecamatan Gapura) di Bawah Bimbingan Drajat Wicaksono, S.Sos, M.Si.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan strategi komunikasi pemasaran tradisional yang masih dipertahankan oleh penjual kerupuk puli poetre koneng di Desa Gapura Barat. Kerupuk Puli Poetre Koneng merupakan makanan khas masyarakat di Indonesia, salah satunya yakni kerupuk puli Poetre Koneng di Desa Gapura Barat Kecamatan Gapura. Subjek dari penelitian ini adalah pemilik usaha kerupuk puli, karyawan dan masyarakat yang menjadi langganan dari produk kerupuk puli.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Pemilihan informan dilakukan dengan purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan teknik Miles & Huberman dengan melakukan reduksi data, penyajian data, dan melakukan penarikan kesimpulan. Teknik pemeriksaan data menggunakan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber, dan triangulasi teori.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya komunikasi yang baik antara pemilik, karyawan Poetre Koneng dengan konsumen, melalui strategi pemasaran dalam memberikan informasi kerupuk poli yang dihasilkan oleh Poetre Koneng. Strategi pemasaran yang diterapkan pada usaha kerupuk Puli Poetre Koneng di Desa Gapura Barat, secara sederhana yaitu : product, place, price, dan promotions yang kesemuanya dilakukan guna meningkatkan penjualan, walaupun dari segi penjualan tiap hari bisa berjalan baik, namun dengan menerapkan 4P untuk lebih meningkat dan pemasarannya bisa tembus pasar nasional.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Penjualan dan Kerupuk Poli

ABSTRACT

Siti Amna Firdayanti, Traditional Marketing Strategy Communications implement In Puli's crisply Sell (Case study On Poli Poetre Koneng's crisply West Arch Village Arch district) under Drajat Wicaksono, Guidance, S. Sos, M. The.

The purpose of this study was to determine the implementation of Communications traditional marketing strategies that are still maintained by sellers of puli poet crackers in Gapura Barat Village. Puli Poetre Koneng crackers are a typical food for people in Indonesia, one of which is the Puli Poetre Koneng crackers in West Gapura Village, Gapura District. The subjects of this study were the owners of the puli cracker business, employees and the public who are customers of the puli cracker products.

This study uses descriptive qualitative research methods with data collection techniques from interviews, observation and documentation. The selection of informants was carried out by purposive sampling. The data analysis technique uses the Miles & Huberman technique by reducing data, presenting data, and making conclusions. Data checking techniques use data validity using source triangulation, and theoretical triangulation.

The results showed that there was good communication between the owners, Poetre Koneng employees and consumers, through a marketing strategy in providing information on the poly crackers produced by Poetre Koneng. The marketing strategy applied to the Puli Poetre Koneng cracker business in Gapura Barat Village, in simple terms, namely: product, place, price, and promotion, all of which are carried out to increase sales, even though in terms of sales every day it can go well, but by implementing 4P for more increased and marketing can penetrate the national market.

Key word: Marketing strategy, Puli's sell and crisply