

ABSTRAK

Tujuan penulisan tugas akhir ini adalah untuk memperoleh gambaran lebih mendalam dan pemahaman mengenai strategi pemasaran UD. Kedai Bujang dengan menggunakan *marketing mix* yang didalamnya terdiri dari inovasi produk, harga, promosi, dan tempat distribusi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan tugas akhir ini adalah menggunakan metode deskriptif, dalam penulisan ini penulis mengamati obyek penelitian dan menggambarkan suatu keadaan yang ada dalam obyek penelitian tersebut. Data-data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara secara langsung kepada pihak-pihak yang berkompeten pada UD. Kedai Bujang dan kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari referensi kepustakaan dan data-data pada UD. Kedai Bujang yang relevan dengan pokok bahasan yang diambil. Adapun sampel yang digunakan yaitu 50 orang dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* pendekatan *convenience*. Sedangkan alat analisis yang digunakan adalah menguraikan hasil wawancara dan kuesioner di lapangan secara deskriptif dengan memberikan pendapat penulis mengenai strategi pemasaran Coklat Klasik di UD. Kedai Bujang serta kriteria yang di jadikan bahan pertimbangan didalam membuat strategi pemasaran.

Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa UD. Kedai Bujang menggunakan *marketing mix* untuk strategi pemasarannya. Saluran distribusinya menggunakan saluran distribusi langsung, menggunakan merk untuk produknya, serta dalam penetapan harga minuman Coklat Klasik dilakukan atas dasar perhitungan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk produksi dan operasional serta pertimbangan harga yang ditetapkan pesaing lain. Dari kesimpulan diatas penulis menyarankan agar memberikan harga promosi yang bersifat sementara, mempromosikan keberadaannya dengan cara mensponsori event-event di kampus.

Kata Kunci : Produk, Harga, Promosi, Distribusi dan Volume Penjualan.

ABSTRACT

The objective of this research is to know the deeper description and understanding about the marketing strategy in UD. Kedai Bujang using marketing mix in which consisted of product innovation, price, promotion and distribution area.

Method in this research is using descriptive method. In this research, the research observe the research object and describing on the existing circumstance in the research object. Data used in this research are primary data and secondary data. Primary data is obtained through direct interview with the competent parties in UD. Kedai Bujang and questionnaire. Whereas the secondary data is obtained from literature reference and data in UD. Kedai Bujang which are relevant with the topic under-studied. While sample used is 50 respondents using non-probability sampling technique with convenience approach. Analysis instrument used in this research is describing on the interview and questionnaire results in the field descriptively while providing opinion on the marketing strategy Coklat Klasik in UD. Kedai Bujang and also the criteria being used as the consideration materials in making marketing strategy.

This research concludes that UD. Kedai Bujang using marketing mix as its marketing strategy. The distribution channel is using direct distribution channel, by the brand for the product, and also beverage pricing on the basis of costs estimation expended on the production and operation and also price consideration by the competitor. From the mentioned conclusion, the researcher is suggesting to increase providing temporary promotional price, promoting the existence by sponsoring events in campus.

Keywords : Product, Price, Promotion, Place and Selling Volume.