

ABSTRACT

Abd. Latif 180271100014. Marketing Strategy In Improving Brand At CV. Karunia Jaya Utama Bangkalana. Supervised by Drs. Ec. Mudji Kuswinarno., M.S, i.

This research is motivated by the problem of Marketing Strategy in Improving Brand At CV. Karunia Jaya Utama. The marketing concept applied by the company is still using the old system so that it becomes one of the inhibiting factors for the company in an effort to improve the development of the company. The object of this research is the company CV. Karunia Jaya Utama which is engaged in the food sector, namely Frozen Food, this company has 1 branch of business. The type of research used by the author is descriptive qualitative research. This study is to determine the marketing system implemented by CV. Karunia Jaya Utama to meet changing market needs. This is intended to increase sales and company profits, as well as ensure whether the product can meet consumer needs or needs to be redeveloped.

Based on the conclusions that have been obtained from the company, the results of the study will provide suggestions, namely always updating the marketing system by partnering with certain parties and offering several promotions to each potential customer. So with this branding in the CV. Karunia Jaya Utama will continue to grow.

Keywords: Marketing Strategy, Brand, Consumer

ABSTRAK

Abd. Latif 180271100014. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan *Brand* Pada CV. Karunia Jaya Utama Bangkalan. Di bimbing oleh Drs. Ec. Mudji Kuswinarno., M.S.i.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh permasalahan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan *Brand* Pada CV. Karunia Jaya Utama. Konsep pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan masih menggunakan sistem lama sehingga menjadi salah satu faktor terhambatnya perusahaan dalam upaya meningkatkan perkembangan perusahaan. Objek penelitian ini adalah perusahaan CV. Karunia Jaya Utama yang bergerak di bidang makanan yaitu *Frozen Food*, perusahaan ini memiliki 1 cabang usaha. Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis yaitu jenis penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini untuk mengetahui sistem pemasaran yang diterapkan oleh CV. Karunia Jaya Utama untuk memenuhi kebutuhan pasar yang berubah-ubah. Hal ini bertujuan agar dapat meningkatkan penjualan dan laba perusahaan, serta memastikan apakah produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumen atau perlu dilakukan pengembangan kembali.

Berdasarkan kesimpulan yang telah didapat dari perusahaan maka hasil penelitian akan mengemukakan saran yaitu selalu mengupdate sistem pemasarannya dengan melakukan kemitraan dengan beberapa pihak tertentu serta menawarkan beberapa promosi pada setiap calon konsumen. Maka dengan ini *branding* di perusahaan CV. Karunia Jaya Utama akan terus berkembang.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Brand, Konsumen