

# STRATEGI PEMASARAN PADA UD KARYA BERSAMA(Studi Pada Perusahaan Penggilingan Padi UD Karya Bersama Desa Dawung, Kecamatan Jogorogo, Kabupaten Ngawi)

 Oleh: Ike Mulyani ( 05610219 )

management

Dibuat: 2009-12-21 , dengan 3 file(s).

**Keywords:** Strategi Pemasaran, differensiasi Produk, Beras

## ABSTRAKSI

Penelitian berjudul Strategi Pemasaran Pada Perusahaan Penggilingan Padi UD Karya Bersama Desa Dawung, Kecamatan Jogorogo, Kabupaten Ngawi. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang ada pada perusahaan penggilingan padi UD Karya Bersama, serta mengetahui peluang dan ancaman yang ada pada perusahaan sehingga dapat menentukan strategi pemasaran yang sesuai pada perusahaan penggilingan padi UD Karya Bersama.

Dari hasil analisis perusahaan UD Karya Bersama memiliki kekuatan berupa differensiasi produk yaitu menjual berbagai macam jenis beras, kualitas produk yang baik, adanya kepercayaan yang tinggi dari masyarakat dan hubungan baik dengan para pelanggan. Sedangkan kelemahan yang dimiliki oleh UD Karya Bersama adalah wilayah pemasaran yang sempit (masih dilingkup daerah Ngawi saja), belum bisa memberikan nilai yang pada barang, tempat pengeringan yang kecil, kurangnya alat transportasi yang dimiliki perusahaan. Oleh karena itu perusahaan dapat memaksimalkan beberapa strategi yaitu strategi SO (strength opportunity) yaitu memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki perusahaan misalnya dengan mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk yaitu dengan tetap memperhatikan kadar keringnya dan menggunkan sistem kebin. strategi WO(weakness treatment) yaitu strategi untuk meminimalisir kelemahan dengan memanfaatkan peluang misalnya dengan menambah wilayah pemasaran dengan mencari pedagang besar dan memperbanyak pengecer, strategi ST(strength treatment) yaitu strategi yang memaksimalkan kekuatan perusahaan untuk menghadapi ancaman misalnya dengan meningkatkan promosi dengan menggunkan media yang tepat, sedangkan strategi '(weakness-treatment) adalah strategi untuk meminimalisir kelemahan dan ancaman yang dimiliki perusahaan yaitu dengan menetapkan harga yang bersaing.

Diharapkan perusahaan UD Karya Bersama dapat mengaplikasikan strategi yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan untuk bisa menghadapi persaingan, perencanaan program yang bertujuan untuk merencanakan sebuah konsep pemasaran bagi perusahaan, dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk memperbaiki kinerja pemasaran

## ABSTRAC

The research title Strategy Marketing At Company Hulling Rice of UD Karya Bersama Countryside of Dawung, District Of Jogorogo, Sub-Province of Ngawi. This Research is research type qualitative with analysis of deskriptif.

Intention of this research is to know weakness and strength which is on kibbling company rice of UD Karya Bersama, and also know threat and opportunity which on company so that can determine appropriate marketing strategy at kibbling company

rice of UD Karya Bersama.

From result analyse company of UD Karya Bersama having the power in the form of product differensiasi that is selling assorted rice type, quality of good product, existence of high trust of good relation and masarakat with cutomer. While weakness had by UD Karya Bersama is narrow;tight marketing region ( still just area scope of Ngawi), not yet can assign value which is on goods, small kiln, lack of transportation appliance had by company. Therefore company can maximize some strategies that is strategy of SO (Opportunity Strength) that is maximizing opportunity and strength had company for example maintained and improve the quality of product that is without neglecting dry rate and isn't it system of kebin. strategy of WO(Weakness Treatment) that is strategy for the meminimalisir of weakness exploited opportunity for example added marketing region by whole saler searching and multiply retailers, strategy of ST(Strength Treathment) that is strategy maximizing strength of company to face threat for example improved promotion isn't it correct media, while strategy '(Weakness-Treatment) is strategy for the meminimalisir of threat and weakness by company that is priced competing.

Expected company of UD Karya Bersama strategy application can matching with requirement of company to be able to face emulation, planning of program with aim to to plan a marketing concept for company, can become consideration for company to improve marketing performance