

ABSTRAK

Sulaiman Akbar. 2022. Strategi dan Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Usaha Tahu Hj. Sundusia di Desa Kebunan Sumenep. Skripsi: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja. Pembimbing: Dessy Novitasari Laras Asih, S.E., M.M

Bauran pemasaran merupakan keseluruhan kegiatan pemasaran yang melayani pasar sasaran. Karena bauran pemasaran dibuat berdasarkan segmen pasar, maka setiap segmen membutuhkan bauran pemasaran yang berbeda.

Penelitian dilakukan pada usaha tahu Hj. Sundusia di Desa Kebunan Sumenep. Dengan menggunakan metode analisis data deskriptif serta teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil peneltian menunjukkan bahwa (1.) Inovasi yang dilakukan pada produk usaha tahu Hj. Sundusia yaitu dari mennggunakan alat manual, mesin desel hingga menggunakan dinamo. (2.) Penetapan harga pada produk tahu dilakukan dengan cara menghitung biaya yang dikeluarkan. (3.) Faktor dalam pemilihan pada tempat usaha tahu Hj. Sundusia dengan cara mempertimbangkan tidak mengganggu aktivitas warga, ada tempat pembuangan limbah dan tidak mencemari sungai disekitarnya. (4.) Promosi yang dilakukan dengan berjualan dipasar dan dari kosumen ke konsumen yang lain.

Kata Kunci: Strategi, Efektivitas, Bauran Pemasaran.

ABSTRACT

Sualaiman Akbar. 2022. *Strategy and Effectiveness of Marketing Mix in Tofu Business Hj. Sundusia in Kebunan Sumenep Village*. Thesis: Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Wiraraja University. Advisor : Dessy Novitasari Laras Asih, S.E., M.M

The marketing mix is the overall marketing activity that serves the target market. Because the marketing mix is based on market segments, each segment requires a different marketing mix.

The research was conducted on the tofu business of Hj. Sundusia in Kebunan Sumenep Village. By using descriptive data analysis methods and data collection techniques used are interviews, observation and documentation.

The results of the research show that (1.) The innovations made to the tofu business product Hj. Sundusia is from using manual tools, diesel engines to using dynamos. (2.) Pricing on tofu products is carried out by calculating the costs incurred. (3.) Factors in choosing the place of business tofu Hj. Sundusia by considering that it does not interfere with the activities of residents, there is a waste disposal site and does not pollute the surrounding rivers. (4.) Promotions are carried out by selling in the market and from consumers to other consumers.

Keywords: *Strategy, Effectiveness, Marketing Mix*