

ABSTRAK

Zai, Yussyatniel. 2025. *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk di UD Sungai Berkat Kota Gunungsitoli*. Skripsi. Pembimbing Yupiter Mendrofa, S.E., M.M.

Penelitian ini dilatarbelakangi pada studi pendahuluan di UD Sungai Berkat Kota Gunungsitoli sebagai salah satu usaha yang bergerak dibidang penjualan pakan ternak. UD Sungai Berkat menghadapi tantangan dalam meningkatkan volume penjualan, meskipun memiliki potensi pasar yang cukup besar di Kota Gunungsitoli. Adapun beberapa permasalahan yang ditemukan adalah monotonnya produk (*product*) yang di jual di UD Sungai Berkat Kota Gunungsitoli, memperkuat temuan sekaligus menegaskan perlunya revitalisasi strategi produk berbasis riset pasar. Penetapan harga (*price*) di UD Sungai Berkat Kota Gunungsitoli juga menerapkan strategi harga subjektif tanpa analisis mendalam terhadap harga perolehan produk, daya beli konsumen, dan harga pesaing. Persoalan tempat usaha (*place*) UD Sungai Berkat Kota Gunungsitoli menjadi tantangan krusial lain yang dihadapi, perusahaan ini masih bergantung pada saluran tradisional seperti toko fisik dan distributor lokal dengan jangkauan terbatas. Dari segi promosi (*promotion*) UD Sungai Berkat Kota Gunungsitoli belum mengadopsi strategi komunikasi pemasaran yang persuasif dan terukur, perusahaan ini masih mengandalkan metode konvensional seperti spanduk dan rekomendasi dari mulut ke mulut, yang dinilai kurang efektif menjangkau generasi muda. Terkait dengan masalah di atas, menjadikan menurunnya penjualan produk di UD Sungai Berkat Kota Gunungsitoli. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deksriptif dimana peneliti merupakan gambaran dan menganalisis fenomena yang terjadi secara mendalam, khususnya bauran pemasaran dalam meningkatkan penjualan di UD Sungai Berkat Kota Gunungsitoli. Instrumen penelitian yang digunakan adalah lembar wawancara dan data sekunder yang diperoleh dari UD Sungai Berkat Kota Gunungsitoli. Berdasarkan hasil penelitian dapat diuraikan sebagai berikut 1) Strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh UD Sungai Berkat Kota Gunungsitoli yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Produk yang dijual berupa pakan ternak. Harga yang diberikan cukup terjangkau sesuai dengan jenis pakan yang dibeli. Tempat usaha sudah dekat dengan jalan raya utama sehingga arus masuk kendaraan dapat lebih efisien. Untuk promosi masih dilakukan dengan *personal selling* sehingga perlu upaya dalam menggunakan media sosial sebagai media promosi kepadanya, 2) Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan di UD Sungai Berkat Kota Gunungsitoli yaitu dari segi pakan yang dijual diusahakan pakan dengan kualitas terbaik dengan harga yang bisa dijangkau oleh pembeli.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Penjualan Produk

ABSTRACT

Zai, Yussyatniel. 2025. *Analysis of Marketing Mix Strategies in Increasing Product Sales at UD Sungai Berkat Kota Gunungsitoli*. Thesis. Advisor: Yupiter Mendrofa, S.E., M.M.

This study was conducted based on preliminary research at UD Sungai Berkat in Gunungsitoli City which operates in the livestock feed sales industry. UD Sungai Berkat faces challenges in increasing sales volume, despite having significant market potential in Gunungsitoli City. From a product theory perspective, UD Sungai Berkat is deemed not to have yet optimized its product innovation and differentiation efforts. Some of the issues identified include the monotony of the products sold at UD Sungai Berkat in Gunungsitoli City, reinforcing the findings and emphasizing the need for a product strategy revitalization based on market research. The pricing strategy at UD Sungai Berkat in Gunungsitoli City also relies on subjective pricing without a thorough analysis of product acquisition costs, consumer purchasing power, and competitor prices. The issue of business location (place) at UD Sungai Berkat Kota Gunungsitoli is another critical challenge faced by the company, which still relies on traditional channels such as physical stores and local distributors with limited reach. In terms of promotion, UD Sungai Berkat Kota Gunungsitoli has not adopted persuasive and measurable marketing communication strategies. The company still relies on conventional methods such as banners and word-of-mouth recommendations, which are considered less effective in reaching the younger generation. These issues have led to a decline in product sales at UD Sungai Berkat Kota Gunungsitoli. This research is qualitative in nature with a descriptive approach, where the researcher describes and analyzes the phenomena occurring in depth, particularly the marketing mix in increasing sales at UD Sungai Berkat Kota Gunungsitoli. The research instruments used are interview sheets and secondary data obtained from UD Sungai Berkat Kota Gunungsitoli. Based on the research findings, the following can be outlined: 1) The marketing mix strategy implemented by UD Sungai Berkat Kota Gunungsitoli includes product, price, place, and promotion. The product sold is animal feed. The price offered is reasonably affordable, commensurate with the type of feed purchased. The business location is close to the main highway, enabling more efficient vehicle traffic flow. Promotion is still done through personal selling, so efforts are needed to utilize social media as a promotional tool. 2) Marketing Mix Strategy in Increasing Sales at UD Sungai Berkat Kota Gunungsitoli, the feed sold is of the highest quality at prices affordable to buyers.

Keywords: *Marketing Mix, Product Sales*