

ABSTRAK

Ranti Permata Sari

1920602055

Penelitian ini dilatar belakangi oleh permasalahan pendapatan para pedagang bakso di kecamatan poncol mulai menurun dibandingkan tahun sebelumnya karena berkurangnya para pengunjung, hal ini terjadi sejak setahun terakhir. Pedagang bakso di Desa Tangsi Lontar Kecamatan Pengandonan Kabupaten Oku ini sebenarnya sudah menerapkan strategi pemasaran akan tetapi belum berdampak besar terhadap tingkat kesejahteraan keluarga.

Tujuan penelitian ini adalah: A) Untuk mengetahui strategi pemasaran yang sudah di terapkan pedagang bakso di Desa Tangsi Lontar Kecamatan Pengandonan Kabupaten Oku dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga. B) Untuk mengetahui Strategi pemasaran apakah yang dominan dan digunakan pedagang bakso di Desa Tangsi Lontar Kecamatan Pengandonan Kabupaten Oku dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga. C) Untuk mengetahui dampak penerapan strategi pemasaran pedagang di Desa Tangsi Lontar Kecamatan Pengandonan Kabupaten Oku terhadap peningkatan kesejahteraan keluarga.

Adapun jenis penelitian yang dilakukan penulis merupakan penelitian lapangan. Penelitian ini mengutakan metode kualitatif, yang menjelaskan tentang Strategi Pemasaran Pedagang Bakso di Desa Tangsi Lontar Kecamatan Pengandonan Kabupaten Oku Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga. Data yang diperoleh yakni data-data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa 1) Strategi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang bakso di Desa Tangsi Lontar Kecamatan Pengandonan Kabupaten Oku adalah strategi Product, price, place, promotion sebagaimana teori Kotler dimana dalam sebuah usaha harus menerapkan 4 teori pemasaran tersebut. 2) Strategi pemasaran yang dominan dan di gunakan pedagang bakso di Desa Tangsi Lontar Kecamatan Pengandonan Kabupaten Oku yaitu strategi produk, meskipun mereka menerapkan ke 4 strategi pemasaran menurut Kotler akan tetapi strategi yang dominan adalah strategi produk. 3) Dampak strategi pemasaran terhadap tingkat kesejahteraan keluarga pedagang bakso di Desa Tangsi Lontar Kecamatan Pengandonan Kabupaten Oku berada di tingkatan keluarga sejahtera Tahap I menurut Soetjipto yaitu keluarga yang telah dapat memenuhi kebutuhan dasarnya secara minimal, tetapi belum dapat memenuhi keseluruhan kebutuhan sosial psikologisnya.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Kesejahteraan Keluarga

ABSTRACT

Ranti Permata Sari

1920602055

This research was motivated by the problem of income of meatball traders in Poncol sub-district began to decline compared to the previous year due to the decrease in visitors, this has happened since the last year. This meatball trader in Tangsi Lontar Village, Pengandonan District, Oku Regency has actually implemented a marketing strategy, but has not had a major impact on the level of family welfare.

The objectives of this study are: A) To find out the marketing strategies that have been applied by meatball traders in Tangsi Lontar Village, Pengandonan District, Oku Regency in improving family welfare. B) To find out what marketing strategies are dominant and used by meatball traders in Tangsi Lontar Village, Pengandonan District, Oku Regency in improving family welfare. C) To determine the impact of implementing merchant marketing strategies in Tangsi Lontar Village, Pengandonan District, Oku Regency on improving family welfare.

The type of research conducted by the author is field research. This research uses a qualitative method, which explains the Marketing Strategy of Meatball Traders in Tangsi Lontar Village, Pengandonan District, Oku Regency in Improving Family Welfare. The data obtained are data in the form of interviews, observations and documentation.

From this research it can be concluded that 1) The marketing strategy carried out by meatball traders in Tangsi Lontar Village, Pengandonan District, Oku Regency is a Product, price, place, promotion strategy as Kotler's theory where in a business must apply the 4 marketing theories. 2) The dominant marketing strategy used by meatball traders in Tangsi Lontar Village, Pengandonan District, Oku Regency is the product strategy, although they apply the 4 marketing strategies according to Kotler, but the dominant strategy is the product strategy. 3) The impact of marketing strategies on the welfare level of meatball merchant families in Tangsi Lontar Village, Pengandonan District, Oku Regency is at the level of Phase I prosperous families, according to Soetjipto, namely families that have been able to meet their basic needs minimally, but have not been able to meet their overall socio-psychological needs.

Keywords : Marketing Strategy, Family Welfare