

***STRATEGI BAURAN PEMASARAN “ENYE-ENYE” KELOMPOK WANITA
TANI PAGODA***

By Natalena Sion

Abstract

The purpose of this study to determine the marketing mix strategy of “Enye-Enye” (cassava chips) produce by Pagoda Peasant Woman’s Group. The research method used is using a qualitative approach to obtain in-depth research result and using phenomenological studies. Data obtained through interviews, direct observations and dozens of documentation. Data analysis was performed using Atlas.ti and Microsoft Excel. The result of the marketing mix strategy carried out by Pagoda Women’s Group can be categorized not effective and maximum.

Keywords : Marketing Strategy, Marketing Mix Strategy, UMKM, Cassava Chips.

STRATEGI BAURAN PEMASARAN “ENYE-ENYE” KELOMPOK WANITA TANI PAGODA

Oleh Natalena Sion

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi bauran pemasaran Kelompok Wanita Tani Pagoda penghasil “Enye-Enye” (keripik singkong). Metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan pendekatan kualitatif untuk memperoleh hasil penelitian yang mendalam dan menggunakan studi fenomenologi. Data diperoleh melalui wawancara, observasi langsung dan puluhan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Atlas.ti dan Microsoft Excel. Hasil dari strategi bauran pemasaran yang dilakukan Kelompok Wanita Tani Pagoda dapat dikategorikan belum efektif dan maksimal.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Strategi Bauran Pemasaran, UMKM, Keripik Singkong