

RICE MARKETING STRATEGY IN INCREASING SALES AT THE PARUNG KEMBANG FARMING RICE FACTORY (POKTAN) JASINGA DISTRICT BOGOR REGENCY

By Jaka Afianto

Abstract

This study aims to determine what marketing strategies are appropriate to be applied in increasing sales at the Poktan Parung Kembang rice factory. In this study, the type of research used is descriptive qualitative based on the results of the IFAS and EFAS SWOT analysis, using data collection techniques through interviews, observation, questionnaires and documentation. Researchers conducted interviews directly in the field with three resource persons or informants. The results obtained from this study are; Currently, the Poktan Parung Kembang rice factory produces three types of rice products with varied prices and packaging, which is the focus of the marketing strategy of the Poktan Parung Kembang rice factory in increasing product sales by implementing the 4P strategy, namely product strategy, price strategy, place/distribution strategy, and promotion strategy. However, the main focus of the Poktan Parung Kembang rice factory in carrying out its marketing activities is the personal selling method to consumers, especially to those closest to them, so they have not massively used social media as the main means for promotional activities. Based and results of the SWOT analysis obtained, the Poktan Parung Kembang rice factory is in quadrant one, which supports the implementation of an aggressive strategy.

Keywords: *Marketing Strategy, Sales, Parung Kembang Poktan Rice Factory*

**STRATEGI PEMASARAN BERAS DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA PABRIK BERAS KELOMPOK TANI
(POKTAN) PARUNG KEMBANG KECAMATAN JASINGA
KABUPATEN BOGOR**

Oleh Jaka Afianto

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menentukan tentang strategi pemasaran apa yang tepat diterapkan dalam meningkatkan penjualan pada pabrik beras Poktan Parung Kembang. Pada penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif berdasarkan hasil analisis SWOT IFAS dan EFAS, dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui metode wawancara, observasi, kuesioner dan dokumentasi. Peneliti melakukan kegiatan wawancara secara langsung dilapangan dengan tiga orang narasumber atau informan. Adapun hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu; Saat ini pabrik beras Poktan Parung Kembang memproduksi tiga jenis produk beras dengan harga dan kemasan yang bervariasi, yang menjadi fokus strategi pemasaran pabrik beras Poktan Parung Kembang dalam meningkatkan penjualan produk ialah dengan mengimplementasikan strategi 4P, yaitu strategi produk (*product*), strategi harga (*price*), strategi tempat/distribusi (*place/distribution*) dan strategi promosi (*promotion*). Namun yang menjadi fokus utama pabrik beras Poktan Parung Kembang dalam melakukan kegiatan pemasarannya yaitu dengan metode *personal selling* terhadap konsumen terutama kepada orang-orang terdekat, jadi belum secara massif menggunakan media sosial sebagai sarana utama untuk kegiatan promosi. Berdasarkan hasil analisis SWOT yang diperoleh maka pabrik beras Poktan Parung Kembang berada pada kuadran I, yang mendukung penerapan strategi agresif.

Kata Kunci: Strategi pemasaran, Penjualan, Pabrik Beras Poktan Parung Kembang