

ABSTRACT

PESTICIDE PRODUCT MARKETING PERFORMANCE AND DEVELOPMENT STRATEGY IN LAMPUNG PROVINCE (Case Study at PT Tri Eka Maju Bersama and CV Bunga Tani)

By

SUPARMAN

This study aims to analyze the marketing performance of pesticide products, analyze the marketing mix of pesticide products, and analyze marketing strategies for pesticide products in Lampung Province. The research location was chosen purposively (Purposive Method) by taking case studies at PT Tri Eka Maju Bersama and CV Bunga Tani in Lampung Province. Data for this study were collected in January until March 2022. There were 16 respondents, the owner of PT Tri Eka Maju Bersama, the owner of CV Bunga Tani, two employees of PT Tri Eka Maju Bersama, two employees of CV Bunga Tani, one Lecturer expert in marketing strategy from the Department of Agribusiness in University of Lampung, one specialist from the Agriculture Service of Lampung Province, four consumers from PT Tri Eka Maju Bersama and four consumers from CV Bunga Tani. The data analysis method used descriptive qualitative analysis, SWOT analysis, and QSPM. The results of the study show that the company's marketing performance has not been effective, so it has not been able to produce quality output, the marketing mix has not provided optimal solutions, and the priority strategy that can be used is to work with government or private institutions to develop the company's human resources to increase promotion, cooperate with third parties to develop the company's business even bigger, maintain relatively low prices to meet consumer needs, bring up product names (branding) so that consumers do not look for other products, and maintain product quality and availability to increase sales.

Keywords: company, performance, mix, marketing strategy

ABSTRAK

KINERJA PEMASARAN PRODUK PESTISIDA DAN STRATEGI PENGEMBANGANNYA DI PROVINSI LAMPUNG (Studi Kasus Di PT Tri Eka Maju Bersama dan CV Bunga Tani)

Oleh

SUPARMAN

Penelitian ini bertujuan untuk Menganalisis kinerja pemasaran produk pestisida, menganalisis bauran pemasaran produk pestisida, dan menganalisis strategi pemasaran produk pestisida di Provinsi Lampung. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*Purposive Method*) dengan mengambil studi kasus di PT Tri Eka Maju Bersama dan CV Bunga Tani yang berada di Provinsi Lampung. Data penelitian ini dikumpulkan pada bulan Januari –Maret 2022. Responden berjumlah 16 orang, yaitu satu orang pemilik PT Tri Eka Maju Bersama, satu orang pemilik CV Bunga Tani, dua orang karyawan PT Tri Eka Maju Bersama, dua orang karyawan CV Bunga Tani, satu orang Dosen ahli bidang strategi pemasaran dari Jurusan Agribisnis Universitas Lampung, satu orang ahli dari Dinas Pertanian Propinsi Lampung, empat konsumen dari perusahaan PT Tri Eka Maju Bersama dan empat konsumen dari perusahaan CV Bunga Tani. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif, analisis SWOT, dan QSPM. Hasil penelitian menunjukkan kinerja pemasaran perusahaan belum efektif, sehingga belum dapat menghasilkan output yang berkualitas, bauran pemasaran belum memberikan solusi yang optimal, strategi prioritas yang dapat digunakan adalah bekerjasama dengan lembaga pemerintah atau swasta untuk mengembangkan SDM perusahaan untuk meningkatkan promosi, bekerjasama dengan pihak ketiga untuk mengembangkan usaha perusahaan lebih besar lagi, mempertahankan harga yang relatif murah untuk memenuhi kebutuhan konsumen, memunculkan nama produk (*branding*) agar konsumen tidak mencari produk lain, dan mempertahankan kualitas dan ketersediaan produk untuk meningkatkan penjualan.

Kata kunci: perusahaan, kinerja, bauran, strategi pemasaran