

**ABSTRAK****"PEMASARAN GULA MANIS KITA PADA BULOG KANTOR  
WILAYAH PROVINSI LAMPUNG"****Oleh****MUHAMMAD AJI SAPUTRA**

Pentingnya distribusi dan pemasaran komoditas pangan pokok yang terjangkau dan berkualitas kepada masyarakat, salah satunya adalah produk gula konsumsi. Perum Bulog sebagai lembaga distribusi pangan memiliki peran penting dalam menjaga stabilitas harga dan ketersediaan barang, termasuk pemasaran produk Gula Manis Kita. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk Gula Manis Kita pada Perum Bulog Kantor Wilayah Provinsi Lampung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara dengan pihak terkait, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan mencakup distribusi melalui jaringan pemasaran modern dan tradisional, promosi melalui program subsidi, serta kerja sama dengan instansi pemerintahan dan pelaku usaha lokal. Selain itu, masih terdapatnya hambatan dalam menjalankan proses pemasaran gula manis kita, dimana terdapat sebagian mitra menjual tidak sesuai dengan HET. Namun perum bulog terus berupaya melakukan pengawasan agar hal ini tidak terjadi kembali untuk kedepannya.

***Kata Kunci : Pemasaran Gula Manis Kita Pada Bulog Kantor Wilayah Provinsi Lampung***

## **ABSTRACT**

### **"MARKETING OF OUR SWEET SUGAR AT THE BULOG REGIONAL OFFICE OF LAMPUNG PROVINCE"**

**By**

**MUHAMMAD AJI SAPUTRA**

The distribution and marketing of affordable and high-quality staple food commodities to the public, one of which is consumer sugar, is crucial. As a food distribution agency, Perum Bulog plays a crucial role in maintaining price stability and availability, including the marketing of our Sweet Sugar product.

This study aims to determine the marketing strategy for our Sweet Sugar product at Perum Bulog's Lampung Provincial Office.

The method used in this study was a descriptive qualitative method, with data collected through direct observation, interviews with relevant parties, and documentation. The results indicate that the marketing strategy implemented includes distribution through modern and traditional marketing networks, promotion through subsidy programs, and collaboration with government agencies and local businesses. Furthermore, obstacles remain in the marketing process of our sweet sugar, with some partners selling below the highest retail price (HET). However, Perum Bulog continues to monitor the situation to prevent a recurrence.

Keywords: Marketing Our Sweet Sugar to the Bulog Regional Office of Lampung Province