

# **STRATEGI BAURAN PEMASARAN KEJU MOZARELLA DIKOPERASI AGRO NIAGA JABUNG**

**OLEH**

**ALMI SELVIA**

**RINGKASAN**

Koperasi Agro Niaga Jabung atau yang disingkat KAN Jabung merupakan koperasi yang bergerak dibidang usaha dagang berupa susu olahan, pakan ternak dan gula. KAN Jabung memulai usahanya pada Tahun 1998. Susu olahan yang diolah berupa susu pasteurisasi, yoghurt dan keju *mozarella*. Keju *mozarella* adalah produk baru yang diproduksi dan dipasarkan oleh KAN Jabung. Keju *mozarella* yang dihasilkan KAN Jabung dipasarkan ke beberapa restoran yang ada di Bali dengan menggunakan strategi bauran pemasaran. KAN Jabung sebagai perusahaan yang bergerak dibidang pengolahan susu khususnya keju *mozarella* memerlukan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) agar dapat mengetahui prospek pemasarannya. Bauran pemasaran tersebut terdiri dari *product*, *price*, *promotion* dan *place* yang akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan ditujukan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran. Tugas akhir ini bertujuan. Menjelaskan strategi produk keju *mozarella* di Koperasi Agro Niaga Jabung, menjelaskan strategi harga keju *mozarella* di Koperasi Agro Niaga Jabung, menjelaskan strategi tempat keju *mozarella* di Koperasi Agro Niaga Jabung dan menjelaskan strategi promosi keju *mozarella* di Koperasi Agro Niaga Jabung. Analisis dilakukan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa Strategi produk yang dilakukan oleh KAN Jabung yaitu strategi produk keju *mozarella* yang merupakan produk baru diproduksi oleh KAN Jabung, dengan beberapa komponen yang dimiliki yaitu keragaman, merek dan kemasan. Strategi harga yaitu harga keju *mozarella* yang ditetapkan KAN Jabung adalah Rp 95.000 untuk berat 1000 gr atau 1 Kg dan Rp 50.000 untuk berat 500 gr. Strategi promosi yaitu KAN Jabung melakukan promosi dengan cara penjualan personal (*personal selling*) dilakukan secara langsung agar lebih cepat mendapat feedback dari

konsumen dan dapat lebih mudah untuk memikat konsumen agar dapat membeli produk yang ditawarkan. Strategi distribusi KAN Jabung dengan strategi distribusi selektif yaitu, strategi yang bertujuan untuk memberikan dampak terbaik dalam sebuah produksi barang tertentu. KAN Jabung dapat memilih distributor yang tepat untuk dapat mendistribusikan produk yang telah dipromosikan, dalam hal ini strategi selektif dapat memberikan efek positif dalam pelaksanaan penyaluran barang dan dapat memberikan hasil penjualan produk dengan efektif.

Almi Selvia