

ABSTRAK

Dian Oktaviani Hiola. NIM : 211 408 138. Strategi Pemasaran Produk Industri *Virgin Coconut Oil* (VCO) DI KUB Sari Kelapa Kabupaten Bone Bolango. Skripsi Program Studi S1 Tata Niaga Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Univesitas Negeri Gorontalo 2012. Di bawah bimbingan Ibu Dra. Irina Popoi, S.Pd, M.Pd, dan Ibu Radia Hafid, S.Pd, M.Si.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran produk industri VCO (*Virgin Coconut Oil*) pada KUB Sari Kelapa Kabupaten Bone Bolango. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk industri VCO (*Virgin Coconat Oil*) di KUB Sari Kelapa Kabupaten Bone Bolango.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan observasi, wawancara serta pengisian angket. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisa dengan melakukan analisa *Internal Strategic Factors Analysis Summary* (IFAS), *Eksternal Strategic Factors Analysis Summary* (EFAS), dan Analisis SWOT. Hal ini dilakukan untuk mengetahui posisi KUB Sari Kelapa Kabupaten Bone Bolango di dalam diagram SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi Kelompok Usaha Bersama (KUB) Sari Kelapa Kabupaten Bone Bolango dalam diagram SWOT menunjukkan posisi berada pada kuadran I. Hal ini menjelaskan bahwa posisi perusahaan berada pada situasi yang sangat menguntungkan. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. (*Growth Oriented Strategy*). Berdasarkan hasil matriks SWOT dan penjelasan tentang alternatif strategi yang ditempuh menunjukkan bahwa strategi yang paling efektif untuk dilakukan pada Kelompok Usaha Bersama (KUB) Sari Kelapa Kabupaten Bone Bolango yaitu strategi **SO** (mendukung strategi yang agresif) dengan cara: (1) Memperluas bangunan tempat produksi VCO sehingga jumlah produksi VCO dapat lebih meningkat; (2) Meningkatkan kualitas produk VCO agar tingkat kepercayaan dan kepuasan masyarakat terjamin; (3) Meningkatkan volume penjualan dengan strategi bauran pemasaran; (4) Menambah modal usaha untuk mengembangkan produksi VCO. Dan strategi **WO** (mendukung strategi dengan orientasi putar balik atau *turnover*) dengan melakukan: (1) Meningkatkan pengetahuan SDM dengan cara mengikutsertakan beberapa karyawan untuk mengikuti berbagai pelatihan untuk menambah keahlian mereka pada bidang masing-masing; (2) Meningkatkan kerja sama dalam bidang investasi, hal ini dilakukan sebagai langkah untuk menambah tingkat kebutuhan modal dalam rangka pengembangan usaha; (3) Efektivitas dan efisiensi tenaga kerja untuk menghasilkan tenaga yang profesional dalam bidangnya masing-masing; (4) Meningkatkan promosi produk VCO (*virgin coconut oil*) kepada masyarakat luas melalui berbagai media.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran dan Analisis SWOT.*