

RINGKASAN

Strategi Pemasaran Pada Gudeg Bu Tjitro 1925 Dengan Metode *Value Engineering*. Egi Febriana, NIM B41181878, Tahun 2021, 63 hlm, Teknologi Pertanian, Politeknik Negeri Jember, Silvia Oktavia Nur Yudiastuti, S.TP., M.P. (Pembimbing), Ricky Jadi Rezeqi, A.Md (Pembimbing Lapangan).

Persaingan pasar makanan kaleng di Indonesia semakin kompetitif, salah satunya adalah produk gudeg kaleng yang diproduksi oleh CV. Buana Citra Sentosa. Gudeg merupakan makanan khas Yogyakarta yang terbuat dari nangka muda atau yang biasa disebut dengan gori yang dimasak dengan santan. Sebuah perusahaan harus mampu menerapkan strategi *marketing* dengan baik dan tepat yang terdiri dari kemasan, produk, varian rasa, label, ukuran produk. Strategi pemasaran yang kurang tepat juga dapat mempengaruhi volume penjualan. Laporan ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi strategi pemasaran kepada CV. Buana Citra Sentosa dalam bentuk rancangan dengan menggunakan metode *Value Engineering*. Analisa pemasaran sebuah produk menggunakan metode *Value Engineering* dinilai tepat dikarenakan metode ini mengetahui spesifikasi yang diinginkan konsumen dan dari spesifikasi tersebut dapat dikembangkan menjadi produk gudeg kaleng yang memiliki daya tarik tinggi terhadap konsumen dengan nilai terbesar. Metode *Value Engineering* terdapat lima tahapan yaitu tahap informasi, tahap kreatif, tahap analisis, tahap pengembangan, dan tahap rekomendasi. Dengan menerapkan metode *Value Engineering* diharapkan Gudeg Kaleng Bu Tjitro 1925 CV. Buana Citra Sentosa mampu meningkatkan kualitas produk yang akan di produksi. Hasil laporan menunjukkan dengan terciptanya strategi pemasaran yang baik dan tepat maka dapat meningkatkan penjualan gudeg kaleng dan salah satu strategi yang perlu ditingkatkan adalah dengan meningkatkan promosi.

Kata kunci : strategi pemasaran, *Value Engineering*, gudeg, harga, cita rasa