

RINGKASAN

Manajemen Pemasaran Gudeg Bu Tjitro 1925 Pada CV Buana Citra Sentosa Yogyakarta, oleh Tino Priyeyudho, NIM D41172147, Tahun 2021, 88 Halaman, Prodi Manajemen Agroindustri, Jurusan Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Dosen Pembimbing Ratih Puspitorini Yekti A.,SE, MM.

CV. Buana Citra Sentosa merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri pengolahan pangan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada. Teknologi yang digunakan adalah pengawetan makanan basah dengan metode pengalengan yang dapat membuat produk memiliki ketahanan sampai 1 tahun. Teknologi ini digunakan oleh CV. Buana Citra Sentosa untuk mengembangkan produk-produknya. Produk yang diproduksi oleh perusahaan ini adalah makanan tradisional khas Yogyakarta. Perusahaan menawarkan produk gudeg kaleng dengan brand “Gudeg Kaleng Bu Tjitro 1925”. Pemanfaatan teknologi tersebut menjadikan perusahaan sebagai pelopor gudeg kaleng pertama di Indonesia.

Gudeg merupakan makanan tradisional khas Yogyakarta yang terbuat dari nangka muda/gori, areh, telur, krecek, kacang tolo, dan daging ayam. Gudeg memiliki cita rasa manis yang khas dan berwarna coklat Gudeg tergolong ke dalam makanan basah yang memiliki daya simpan pendek dan mudah basi. Hal ini mendorong perusahaan untuk memanfaatkan teknologi yang ada dengan membuat inovasi pengemasan gudeg dalam kaleng agar gudeg dapat bertahan lama dan wisatawan dapat dengan mudah membawa gudeg saat pulang ke daerahnya.

Perkembangan usaha industri terutama makanan saat ini semakin berkembang pesat. Hal ini menyebabkan adanya persaingan di dunia industri yang ketat dan kompetitif antar pelaku usaha sejenis. Setiap perusahaan berusaha untuk memenuhi setiap kebutuhan dan keinginan konsumen. Salah satu usaha yang dilakukan perusahaan adalah dengan menawarkan produk-produk yang berkualitas. Dalam menawarkan produk yang berkualitas diperlukan dukungan

pemasaran yang baik pula. Pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam pencapaian tujuan. Dalam pemasaran produk perlu diimbangi dengan strategi dalam pengembangannya berupa manajemen pemasaran yang baik, sesuai, optimal dan efisien.

Manajemen pemasaran CV. Buana Citra Sentosa sudah diterapkan dengan cukup baik, hal ini dapat dilihat dari peningkatan penjualan dari tahun ke tahun. Strategi promosi yang dilakukan dengan media sosial dan secara langsung juga sangat berpengaruh pada perkembangan dan penyebaran produk gudeg kaleng Bu Tjitro 1925. Selain itu manajemen pemasaran yang dilakukan pada CV. Buana Citra Sentosa adalah dengan melakukan pengamatan terkait segmentasi pasar, target pasar, positioning pasar, dan komponen marketing mix yang memiliki empat proses diantaranya perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian.

Dalam penerapan sistem manajemen pemasaran yang baik pada CV. Buana Citra Sentosa tentu menghadapi beberapa kendala maupun permasalahan. Beberapa permasalahan yang terjadi adalah partisipasi event yang kurang digiatkan dan diperluas serta rasa gudeg yang belum bisa diterima semua masyarakat.