

RINGKASAN

Strategi Pemasaran Benih Padi “Komodo” Produksi UD. Primasari Tani Desa Glagah Wero, Kecamatan Panti, Kabupaten Jember, Ahmad Nuril Firdaus, SE. NIM P601212157, Tahun 2022, 27 halaman, Pascasarjana Terapan Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Prof. Dr. Ir. Bagus Putu Yudhia Kurniawan, MP. (Dosen Pembimbing) dan Dr. Muksin, SP. M.Si. (Dosen Pembahas).

Di era modern ini, hadirnya teknologi yang tak terbendung dan perkembangannya turut membawa angin segar bagi upaya pengembangan produk baru. Pada saat yang sama, pola pikir konsumen yang semakin berkembang dan selektif menjadi kebutuhan bagi produsen untuk meningkatkan kualitas produknya di pasar. Produsen dituntut agar mengembangkan berbagai cara untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memuaskannya.

Perusahaan yang menghasilkan produk bukan berarti tujuan perusahaan telah tercapai, karena jika produk tidak dipresentasikan kepada masyarakat luas, produk menjadi tidak maksimal faktor-faktor lain yang dapat menunjang perusahaan mengembangkan produk.

Sektor pertanian merupakan sektor yang cukup penting dalam keberlangsungan hidup masyarakat dari mulai petani yang terkait sampai masyarakat yang berbisnis pada sektor hilirnya. Maka dari itu, Perubahan lingkungan dan budaya yang mempengaruhi cara pencapaian informasi dan lebih efektif juga menuntut bagaimana produsen benih padi memasarkan produknya ke pasar yang lebih luas dan strategis.

Di tengah persaingan yang sangat ketat dewasa ini, para produsen benih padi berlomba-lomba menawarkan produk-produk dengan keunggulan yang tepat kepada konsumen. Perusahaan dengan produk sejenis berusaha menarik dan memenangkan konsumen sebanyak-banyaknya untuk mendapatkan pangsa pasar yang besar sehingga produk tersebut diharapkan dapat menjadi market leader atau pemimpin pasar diantara produk pesaing lainnya. produk tangan konsumen.

Di era pasar modern, citra merek menjadi salah satu pertimbangan utama dalam memasarkan suatu produk. Keberadaan suatu merek selalu dianggap

penting karena suatu merek dapat mencerminkan identitas suatu produk dan juga dapat memberikan dampak tertentu bagi suatu perusahaan dari citra yang diciptakannya. Setiap perusahaan berusaha untuk menjaga dan mempertahankan keunggulan citra merek produknya semaksimal mungkin. Hal ini penting karena perusahaan menyadari bahwa konsumen seringkali mengandalkan kualitas produk itu sendiri untuk membangun citra merek yang baik.