

## INTISARI

Industri berbasis Agro berkembang cukup pesat di Indonesia dengan membawa berbagai persaingan. Persaingan Industri berbasis Agro terjadi pula pada Industri minuman, hal ini dapat dilihat dari banyaknya kompetitor yang semakin bermunculan. Salah satu persaingan yang terjadi adalah persaingan dalam memasarkan produk agar mendapatkan tempat yang baik di masyarakat. Para pemain Industri harus berlomba-lomba menawarkan keunggulan dan keunikan dari produknya. Salah satu Industri minuman yang sedang bersaing untuk memasarkan dan mengenalkan produknya adalah Industri Sari Kedelai Bu Ade yang berlokasi di Yogyakarta.

Industri tersebut menghasilkan produk minuman dengan bahan dasar kedelai. Industri ini sudah menggunakan peralatan industri yang modern, namun Industri ini masih memiliki kelemahan yang harus diperbaiki yaitu pada sistem pemasaran. Strategi pemasaran yang seharusnya dilakukan tiap skala waktu tertentu guna mempertahankan konsumen serta meningkatkan volume penjualan. Penerapan strategi pemasaran dengan bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) dilakukan guna mengidentifikasi kepuasan konsumen produk minuman Sari Kedelai Bu Ade.

Hasil dari pengukuran kepuasan konsumen yang telah dilakukan diketahui bahwa produk minuman Sari Kedelai Bu Ade sangat diminati oleh konsumen, tetapi masih membutuhkan perbaikan dalam hal media dan kelengkapan terkait dimensi *promotion*. Nilai persepsi konsumen dapat dilihat dari 11 butir pertanyaan yang mencakup 4 dimensi bauran pemasaran, diperoleh hasil tidak setuju pada butir pernyataan 10 dan sangat tidak setuju pada butir pernyataan 11 sehingga perlu dilakukan perbaikan. Perbaikan dilakukan dengan pembuatan media *online* email, website, dan instagram. Setelah menggunakan media *online* dapat dilihat adanya perkembangan pada volume penjualan. Dari perbaikan ini dapat dikatakan bisa memuaskan konsumen sekaligus meningkatkan volume penjualan produk minuman Sari Kedelai Bu Ade.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, 4P, Strategi Pemasaran, Kepuasan Konsumen, Pemasaran Online, Sari Kedelai Bu Ade.

## **ABSTRACT**

Agro-based industry is growing rapidly in Indonesia with a variety of competition. Agro-based Industry Competition also occurred in the beverage industry, this can be seen from the number of competitors are increasingly emerging. One competition that occurs is competition in the market the product in order to get a good place in society. Industry players must compete to offer the excellence and uniqueness of its products. One of the drinks industry who are competing to market and introduce their products is Sari Kedelai Bu Ade Industry located in Yogyakarta.

The industry produces soy drinks with basic materials. The industry is already using modern industrial equipment, but the industry still has weaknesses that must be corrected, this is marketing system. The marketing strategy which should be done every time scale tertentu to retain customers and increase sales volume. Implementation of the marketing strategy with marketing mix 4P (Product, Price, Place, Promotion) conducted to identify consumer perception beverage products Sari Kedelai Bu Ade.

The results of the measurement of customer satisfaction that has made known that beverage products Sari Kedelai Bu Ade is in high demand by consumers, but is still in need of improvement in terms of media and related accessories promotion dimension. Consumer perceptions of value can be seen from 11 grains of questions covering four dimensions of the marketing mix, the results obtained do not agree on the point of revelation 10 and strongly disagree on a 11 point statement that needs to be improved. Repairs done by making an online media emails, websites, and instagram. After using the online medium can be seen to improvements in sales volume. Of this improvement can be said to satisfy consumers while increasing the sales volume of beverage products Sari Kedelai Bu Ade.

**Keywords :** Marketing, 4P, Marketing Strategy, Consumer Satisfaction, Marketing Online, Sari Kedelai Bu Ade.