

ABSTRAK

Tinjauan Bauran pemasaran Pada Usaha Telur Puyuh Rizky di Kota Padang

Oleh : Feri Agmal/2014

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana bauran pemasaran yang dilakukan Usaha Telur Puyuh Rizky. Penelitian ini dilakukan pada Usaha Telur Puyuh Rizky di kota Padang. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data secara primer dan sekunder. Data primer dimana data langsung diambil dengan observasi dan wawancara dengan pemilik usaha Telur Puyuh Rizky. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari perusahaan dalam bentuk yang sudah jadi, seperti: harga dan laporan penjualan.

Berdasarkan hasil penelitian pada pembahasan mengenai bauran pemasaran yang dilakukan oleh Usaha Telur Puyuh Rizky, maka dapat disimpulkan bahwa Usaha Telur Puyuh Rizky merupakan usaha telur puyuh yang baru berkembang di kota Padang. Secara keseluruhan pemasaran Usaha Telur Puyuh Rizky sudah bagus dan sesuai dengan konsep teori aplikasi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang ada. Walaupun masih ada kekurangan-kekurangan yang dimiliki, seperti promosi.

Saran untuk Usaha Telur Puyuh Rizky perlu adanya upaya peningkatan aplikasi bauran pemasaran (*marketing mix*) pada Usaha Telur Puyuh Rizky. Supaya Usaha Telur Puyuh Rizky dikenal masyarakat luas, secara keseluruhan kinerja Usaha Telur Puyuh Rizky ini cukup bagus, namun dari dilihat dari semua aplikasi bauran pemasaran (*marketing mix*) ini masih ada kelemahan atau kekurangan, seperti: 1. Promosi (*promotion*), seharusnya Usaha Telur Puyuh Rizky lebih meningkatkan promosinya dengan membuat iklan di radio-radio, TV, selebaran, dan koran. Supaya Usaha Telur Puyuh Rizky lebih dikenal masyarakat. Usaha Telur Puyuh Rizky juga seharusnya mencoba pengiklanan lewat internet seperti berniaga.com dan toko bagus. 2. Pemasaran Usaha Telur Puyuh Rizky hendaknya tidak dilakukan pemasaran hanya di kota Padang, tapi juga dilakukan di luar Kota Padang seperti, Solok, Bukittinggi, Payakumbuh, dan Sijunjung.