

## **ABSTRAK**

### **STRATEGI PEMASARAN PRODUK MINYAK KELAPA MURNI**

#### **(*VIRGIN COCONUT OIL*) BAUMATA**

**(Studi Kasus Pada Desa Baumata, Kecamatan Taibenu, Kabupaten Kupang,  
Nusa Tenggara Timur)**

Indonesia merupakan salah satu dari sekian banyaknya Negara di dunia dengan penghasil kelapa terbesar di dunia. sehingga tidak heran, hampir semua provinsi di indonesia banyak di jumpai adanya perkebunan kelapa. Salah satunya Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT). Hal inilah yang menjadi factor utama adanya produksi minyak kelapa murni, salah satunya yang berada Kabupaten Kupang, Kecamatan Taebenu, Desa Baumata yang dikenal dengan brand VCO Baumata .

Konsep penelitian dalam skripsi ini adalah strategi pemasaran produk minyak kelapa murni (*virgin coconut oil*). Menurut David (2011) Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai.

Menurut Kotler (2014:5), Pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses Buat, komunikasikan, dan berikan nilai kepada pelanggan Kelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. Dia juga percaya bahwa definisi Secara sosial, pemasaran didefinisikan sebagai proses sosial di mana Individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan. Dengan membuat, menawarkan, dan secara bebas bertukar produk dan layanan berharga bagi orang lain.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode wawancara.

Berdasarkan peneliitian yang di lakukan diagram cartesius

menyimpulkan bahwa perusahaan Yang diteliti sedang berada pada quadrat 1 yaitu posisi growth yang dapat dilihat dari titik koordinat yang terbentuk, yaitu 0,32 dan 0,95 yang dapat diakumulasi dari faktor eksternal dan internal.

***Kata Kunci : Strategi, Pemasaran***