

ABSTRAK

Ramadani Eka Pertiwi. 105960207515. Strategi Pemasaran Produk Beras Pada PT. Pertani (Persero) Kota Makassar Sulawesi Selatan. Dibimbing oleh NAILAH HUSAIN dan RAHMAWATI

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran produk beras dan untuk mengetahui kondisi lingkungan internal dan lingkungan eksternal pada PT. Pertani (Persero) Kota Makassar Sulawesi selatan.

Penelitian yang dilakukan adalah jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data penelitian diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Pada citra merek (*Brand*) beras produksi PT. Pertani (Persero) sudah dikenal dan familiar bagi masyarakat sehingga tidak menimbulkan keraguan masyarakat terhadap kualitas beras produksi PT. Pertani (Persero) untuk pemenuhan kebutuhan konsumsi. Strategi pemasaran produk beras PT. Pertani (Persero) melalui distribusi langsung dan distribusi tidak langsung. Yang dimana distribusi langsung dilakukan dengan produk yang dipasarkan diantarkan langsung ke konsumen tetap atau konsumen (masyarakat umum) yang langsung datang melakukan pembelian di market/koperasi.

Kata kunci : Beras, Strategi pemasaran

