

ABSTRAK

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup, berkembang dan mampu bersaing, tujuan tersebut dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan/ laba perusahaan dengan mempertahankan dan meningkatkan penjualannya. LCK adalah suatu usaha yang bergerak dibidang makanan yakni getas. Pada perkembangannya LCK mengalami tingkat perbedaan penjualan yang cukup signifikan pada produknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran pada penjualan getas di toko oleh-oleh LCK Bangka Belitung. Peneliti melakukan penelitian pada strategi bauran pemasaran yang meliputi 4 unsur yaitu: Produk (product), Harga (price), Promosi (promotion) dan Tempat (place) atau Distribusi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yakni kualitatif yang dilakukan di lapangan (*field research*) Data dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara secara mendalam terhadap narasumber yakni owner toko oleh-oleh LCK, dan 8 orang narasumber yang merupakan konsumen di toko LCK

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi bauran di toko oleh-oleh LCK sudah maksimal. *Pertama* pada penerapan produk sudah dilakukan dengan baik. atribut produk lengkap, kualitas produk baik, melakukan pengembangan produk serta memberikan pelayanan yang baik. *Kedua* pada penerapan harga sudah baik dengan menawarkan harga yang bersaing, harga yang berbeda sesuai dengan bobot produk getas dan tentunya memberikan potongan harga kepada konsumen. *Ketiga* penerapan promosi LCK sudah menerapkan promosi di media cetak dan juga toko online. *Keempat* penerapan distribusi secara langsung melalui toko yang strategis dan secara tidak langsung melalui *reseller dan tourguide*.

Kata Kunci: Strategi, Penjualan, Bauran Pemasaran