

ABSTRAK

Priyo Anggun Estu Laksono, 2024. *Analisis penerapan creative marketing dalam meningkatkan penjualan usaha susu KUD Argopuro Krucil (studi kasus KUD Argopuro Kecamatan Krucil)*. Skripsi, prodi ekonomi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Nurul Jadid. Pembimbing Fahrudin, MM..

Kata kunci : strategi creative marketing, KUD Argopuro Krucil dan usaha susu

KUD Argopuro merupakan Koperasi Unit Desa yang berperan penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Adapun beberapa usaha yang berada di KUD Argopuro. Contohnya usaha rumah susu KUD Argopuro Krucil, peternakan, dan lain-lain. Penelitian ini berfokus pada usaha rumah susu KUD Argopuro Krucil yang saat ini berhasil menjadikan produk susu sebagai produk khas Krucil. Banyaknya pesaing menuntut KUD Argopuro Krucil untuk bisa menerapkan strategi *marketing* yang tepat agar produk susu dari rumah susu tersebut bisa bersaing.

Strategi *marketing* merupakan suatu hal penting untuk keberhasilan sebuah usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *creative marketing* dan tantangan dalam usaha susu KUD Argopuro Krucil di Kecamatan Krucil, Kabupaten Probolinggo. Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder yang bersifat kualitatif serta berasal dari internal dan eksternal perusahaan. Data primer diperoleh langsung dari pengelola atau pengurus KUD Argopuro Krucil melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Data sekunder diperoleh melalui literatur atau studi Pustaka yang mendukung penelitian. Data tersebut bersumber dari data surat kabar, situs-situs diinternet, dan data-data dari beberapa instansi terkait.

Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa *creative marketing* dari KUD Argopuro Krucil berupa menggabungkan ekonomi kreatif dan digital marketing dengan beberapa indikator, diantaranya kreativitas dan inovasi, penggabungan budaya dan seni, industry berbasis keterampilan khusus, nilai tambah ekonomi, potensi pertumbuhan dan penciptaan lapangan kerja. Beberapa indikator tersebut dipadukan dengan pemasaran menggunakan *digital marketing* seperti *website*, *sosial media*, *search engine*, *e-mail marketing*, dan iklan online. Namun, KUD Argopuro saat ini menghadapi tantangan berupa legalitas BPOM yang belum didapatkan. Sehingga KUD Argopuro memutuskan kebijakan bahwa produk susu pasteurisasi hanya bisa dihidangkan di tempat dan tidak boleh diedarkan. Tantangan yang kedua adalah infrastruktur menuju KUD Argopuro Krucil yang mengalami kerusakan. Sehingga KUD Argopuro. Sehingga KUD Argopuro bekerja sama

dengan pihak ketiga, dimana pihak ketiga tersebut adalah reseller untuk menyalurkan produk susu murni kepada konsumen di daerah perkotaan.

