

ABSTRAK

Tri Ayu Rismayani, NIM. 3402190202. “Analisis Strategi Pemasaran produk Teh Botol Sosro dengan Menggunakan Pendekatan *Design Thinking* (Suatu Studi pada PT. Sinar Sosro Kota Banjar)”. Dibawah bimbingan Ibu Dr. Hj. Aini Kusniawati, M.M. (Pembimbing 1) dan Bapak Faizal Haris Eko Prabowo, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Analisis Strategi Pemasaran produk Teh Botol Sosro dengan Menggunakan Pendekatan *Design Thinking* (Suatu Studi pada PT. Sinar Sosro Kota Banjar).

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana analisis strategi pemasaran produk Teh Botol Sosro dengan menggunakan metode *design thinking* dapat menjadi metode yang efektif dalam menyusun strategi pemasaran?. Adapun tujuan penelitian ini adalah memotret dan menganalisis strategi pemasaran menggunakan metode *design thinking* yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk teh botol sosro di PT.Sinar Sosro Kota Banjar.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data terdiri dari *Empathize, Define Problem, Ideasi, Prototype* dan *Test*. Sedangkan teknik analisis data yang dilakukan terdiri dari reduksi data, penyajian data dan kesimpulan/verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan: 1] Strategi Pemasaran pada PT. Sinar Sosro Kota Banjar pada awalnya pola distribusi sisir rata outlet terlalu umum sehingga harus disesuaikan kembali dengan indikator-indikator yang telah ditetapkan dalam penelitian ini, yaitu *segmentation, targeting, dan positioning* serta penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang menunjukkan dapat diterima dan sudah cukup dimengerti dengan baik oleh pihak perusahaan. 2] Pendekatan *design thinking* pada strategi pemasaran PT. Sinar Sosro Kota Banjar terbilang baru dikenali, karena pada penerapan strategi pemasaran sebelumnya terbilang terlalu umum dan menggunakan cara-cara lama. Sehingga perlu diterapkan pendekatan *design thinking* pada strategi pemasaran dalam menjawab berbagai permasalahan yang terjadi pada proses pemasaran produk di PT. Sinar Sosro Kota Banjar.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pendekatan *Design Thinking*

