

ABSTRAK

Zulianto, Mukhamad. 2016. *Pengembangan Strategi Marketing Dengan Brand Untuk Memperkuat Usaha Kecil Menengah (UKM) Sentra Pengolahan Singkong Di Kabupaten Jember.*

Jember merupakan salah satu destinasi wisata yang menarik yang memiliki produk unggulan olahan singkong. Banyak pusat oleh-oleh hasil olahan singkong yang tersebar di Jember. Strategi *marketing* yang dilakukan selama ini masih sederhana dan belum tergarap dengan baik. Banyak produk hasil dari UKM memiliki kualitas yang bagus dan penuh dengan kreatifitas. Namun produk-produk tersebut tidak bisa bersaing di pasaran. Dalam masalah pemasaran produk, saat ini diperlukan kecerdasan dalam memanfaatkan media pemasaran yang unik. UKM Jember harus menyadari keberadaan media digital sebagai sarana yang efisien dan murah dalam memasarkan produk. Selain itu perlu adanya upaya melakukan *branding* pada produk. Hal tersebut disebabkan oleh persoalan *branding* yang tidak begitu dipedulikan oleh pelaku usaha kecil sendiri, sehingga tidak dikenal masyarakat luas dan tidak siap dijual. Salah satu cara yang bisa dilakukan pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing adalah membangun merek (*branding*). *Brand* akan memengaruhi perilaku konsumen dalam membeli. *Brand* penting bagi perusahaan, khususnya UKM sentra pengolahan singkong di Kabupaten Jember.

Tujuan penelitian ini adalah mengembangkan: menjadikan ukm naik kelas dengan *brand*, UKM mampu memberikan nama produk yang berdampak psikologis di benak konsumen, dan UKM mampu bersaing dengan produk mancanegara dengan *brand*.

Hasil dari penelitian ini adalah strategi *marketing* dengan *brand* dikembangkan pada penelitian ini memberikan gambaran bahwa UKM sentra pengolahan singkong di Kabupaten Jember bisa melakukan inovasi produknya. Olahan singkong UKM Jember mampu bersaing dengan daerah lain apabila melakukan strategi *marketing* dengan *brand* yang baik dan benar.

Kata Kunci: Strategi *Marketing*, *Brand*, Pengolahan Singkong.