

# STRATEGI PEMASARAN SUSU KEDELAI AN NABAWI DI KOTA PADANG

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal pada usaha susu kedelai An Nabawi serta merumuskan strategi pemasaran yang dapat diterapkan. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Analisis data yang digunakan yaitu metode IFE (*Internal Factor Evaluation*), EFE (*External Factor Evaluation*) dan IE (*Internal-External*). Hasil penelitian menunjukkan total pembobotan matriks IFE berjumlah 3,057 artinya usaha susu kedelai An Nabawi memiliki posisi internal yang kuat karena mampu menggunakan kekuatan yang ada untuk mengurangi kelemahan yang dimiliki. Total pembobotan matriks EFE berjumlah 3,286 yang artinya usaha susu kedelai An Nabawi mampu menarik keuntungan dari peluang eksternal dan menghindari ancaman yang datang. Usaha susu kedelai An Nabawi berada di sel I kuadran matriks IE, alternatif strategi yang bisa dilakukan dalam pemasaran susu kedelai An Nabawi adalah sebagai berikut: a) menambah jumlah tenaga kerja pemasaran, b) meningkatkan kegiatan promosi, c) memperluas pangsa pasar, d) membuat kemasan dalam bentuk cup dengan ukuran yang bervariasi, e) memproduksi susu kedelai bubuk f) memperbaiki tampilan kemasan produk dan melengkapi label pada produk dan g) menjalin kerjasama dengan pemasok. Disarankan agar pihak usaha dalam memilih alternatif strategi pemasaran yang akan diterapkan dengan melakukan pertimbangan yang sesuai dengan kondisi lingkungan internal dan eksternal dari usaha susu kedelai An Nabawi serta sesuai dengan kebutuhan usaha.

Kata kunci: usaha susu kedelai An Nabawi, strategi, alternatif

# MARKETING STRATEGY OF AN NABAWI SOY MILK IN PADANG

## Abstract

This research aimed to identify internal and external factors on An Nabawi soy milk business as well as formulated an applicable marketing strategy. This research used case study method. Data analysis techniques used were IFE (Internal Factor Evaluation), EFE (External Factor Evaluation) and IE (Internal-External). The results showed a total of weighting IFE matrix of 3.057 which meant that An Nabawi soy milk businesses had a strong internal position resulted from the use of existing strength to reduce the weaknesses. Total weighting EFE matrix of 3.286 indicated that An Nabawi soy milk businesses was able to take advantage of external opportunities and avoid threats. An Nabawi soy milk businesses was in the first quadrant of IE matrix with applicable alternative marketing strategies of soy milk were as follows: a) increasing the number of marketing labor, b) increasing promotional activities, c) expanding market share, d) packaging in form of cup with varying sizes, e) producing soy milk powder f) fixing the display of product packaging and completing the labels on the product, and g) developing partnership with the suppliers. An Nabawi soy milk business was recommended to consider external and internal environmental conditions as well as the needs of the business in choosing alternative marketing strategies to apply.

*Keywords: soy milk An Nabawi business, strategies, alternative*