

**ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN
PRODUK JAHE MERAH INSTAN PADA USAHA ADIL
DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

**OLEH
FANI MELINA
1210223018**



Pembimbing:

- 1. Dr. Zednita Azriani, SP, M. Si**
- 2. Rian Hidayat, SP, MM**

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2016**

ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN PRODUK JAHE MERAH INSTAN PADA USAHA ADIL DI KOTA PADANG

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan bauran pemasaran produk jahe merah instan dari Usaha Adil di Kota Padang, mengidentifikasi penilaian konsumen terhadap pelaksanaan bauran pemasaran produk jahe merah instan yang telah dilakukan Usaha Adil di Kota Padang dan mengetahui alternatif strategi bauran pemasaran produk jahe merah instan yang dapat diterapkan oleh Usaha Adil di Kota Padang yang sesuai dengan kondisi usaha. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dan metode survei. Pelaksanaan bauran pemasaran Usaha Adil mencakup produk, harga, promosi dan distribusi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan matriks IFE, total nilai diperoleh sebesar 3,037 artinya Usaha Adil memiliki posisi internal yang kuat karena mampu menggunakan kekuatan yang ada untuk mengurangi kelemahan yang dimiliki. Berdasarkan matriks EFE, total nilai diperoleh sebesar 3,200 artinya Usaha Adil mampu menarik keuntungan dari peluang yang ada dan meminimalkan pengaruh negatif dari ancaman yang datang. Berdasarkan hasil analisis SWOT, dihasilkan beberapa alternatif strategi pada Usaha Adil dengan strategi SO yaitu menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dan tetap menjaga keamanan produk melalui kemasan, kemudian tetap memberikan produk dengan kualitas terbaik yang alami, sehat, dan aman. Strategi WO yaitu mengoptimalkan kegiatan promosi untuk menjangkau pasar. Strategi ST yaitu menetapkan harga sesuai dengan kualitas produk yang dihasilkan. Strategi WT yaitu meningkatkan jumlah *retailer* atau pengecer di luar wilayah Kota Padang dan menciptakan produk yang berbeda dari pesaing dari segi rasa dan kemasan, walaupun masih produk sejenis.

Kata Kunci: *Bauran Pemasaran, Strategi, Jahe Merah, Usaha Adil.*

ANALYSIS OF MARKETING MIX STRATEGY OF INSTANT RED GINGER PRODUCTS AT *ADIL* INDUSTRY, PADANG

ABSTRACT

This study aims to describe the implementation of marketing mix strategy, to identify consumers' assessment to marketing mix strategy of instant red ginger products at *Adil* Industry Padang, and identify alternative marketing mix strategy of the product. The method used in this study is case study and survey. Implementation of marketing mix strategy by *Adil* Industry includes product, price, promotion, and distribution. The results show that based on IFE matrix, the total value obtained is 3,037. The value indicates that *Adil* Industry has a strong internal position because of its ability to use its strength to minimize the weaknesses. Furthermore, total value obtained from EFE matrix is 3,200, which means that *Adil* Industry is able to take advantage from the existing opportunities and minimize the negative effects of threats. SWOT analysis reveals some alternative strategies of *Adil* Industry by using SO strategy namely producing the products based on consumers' demand, and at the same time maintaining safety of the product through packaging, ensuring quality of the products (natural, healthy and safe). WO strategies include promotion activities for marketing expansion. ST strategy is to set the price according to the product quality. WT strategies are the increase of number of retailers outside Padang City and producing different products from competitors in terms of taste and packaging.

Keywords: *Marketing Mix, Strategy, Red Ginger, Adil Industry.*

