

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA UMKM KERUPUK
BAWANG AZIZAH DI KOTA PADANG**

Oleh

Annisa Nur Hidayah

Nim. 1810272016



**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian**

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2023**

ABSTRAK

Strategi Komunikasi Pemasaran Pada UMKM Kerupuk Bawang Azizah Di Kota Padang

By

Annisa Nur Hidayah

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Menggambarkan proses komunikasi pemasaran pada UMKM Kerupuk Bawang Azizah di Kota Padang (2) Merumuskan strategi komunikasi pemasaran pada UMKM Kerupuk Bawang Azizah di Kota Padang. Penelitian ini difokuskan pada UMKM Kerupuk Bawang Azizah di Kota Padang. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif, menggunakan analisis data berupa reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan. Data dikumpulkan melalui teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran pelaku usaha UMKM Kerupuk Bawang Azizah melibatkan interaksi aktif antara pelaku usaha (sumber) dan target pasar (Penerima). Proses komunikasi pemasaran dimulai dari pengirim (*Source*), yaitu pelaku usaha UMKM Kerupuk Bawang Azizah, menyampaikan pesan (*message*) produk kepada calon konsumen (*receiver*). Pesan disampaikan melalui berbagai media (*channel*) seperti shopee, instagram, facebook dan whatsapp, *word of mouth*, dan *sales promotion*. Selanjutnya calon konsumen memberikan respon (*feedback*) berupa sikap dan tindakan setelah menerima pesan atau produk yang ditawarkan. Berdasarkan analisis SWOT, teridentifikasi 4 strategi komunikasi pemasaran yang dipilih atau direkomendasikan yaitu (1) Meningkatkan kualitas produk dan layanan (2) Inovasikan pesan tentang produk agar lebih efisien (3) Manfaatkan media digital agar produk dikenal secara luas (4) Menjaga loyalitas konsumen .

Kata Kunci: *Strategi, Komunikasi Pemasaran, UMKM, Kerupuk Bawang*