

**STRATEGI PEMASARAN USAHA LADU ARAI PINANG
ONGGA DI KOTA PARIAMAN**

SKRIPSI



**ROY RICCI MAULANA
NIM. 1910221036**

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2024**

STRATEGI PEMASARAN USAHA LADU ARAI PINANG ONGGA DI KOTA PARIAMAN

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) Usaha Ladu arai pinang onggga (2) Merumuskan strategi pemasaran yang bisa diterapkan pada Usaha Ladu onggga. Penelitian ini dilaksanakan pada Usaha Ladu Arai Pinang Ongga yang beralamat di Kompleks Cacat Veteran No. 10 Desa Pauh Barat, Kecamatan Pariaman Tengah, Kota Pariaman. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Analisis data pada penelitian ini bersifat kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan matriks IFE, EFE, SWOT, dan QSPM. Hasil penelitian ini diperoleh nilai IFE sebesar 2,716 artinya usaha Ladu arai Pinang Ongga memiliki posisi internal yang kuat dan untuk nilai EFE diperoleh nilai sebesar 2,737 artinya usaha Ladu Arai Pinang Ongga merespon dengan kuat terhadap peluang dan ancaman yang muncul. Perumusan strategi yang dihasilkan menggunakan matriks SWOT yaitu (1) Memperluas pasar produk dan meningkatkan jumlah pedagang pengecer dengan mengoptimalkan kualitas produk yang dimiliki (2) Memakai sistem pembayaran digital pada usaha dan tanggal kadaluwarsa pada kemasan produk usaha (3) Memvariasikan ukuran kemasan produk dengan harga lebih terjangkau agar dapat bersaing dengan pesaing sejenis (4) Mengaktifkan kembali media sosial dan mengoptimalkan promosi offline dan online. Sedangkan untuk matriks QSPM diperoleh nilai yang paling tinggi pada strategi I dengan nilai TAS sebesar 6,515 artinya strategi I: Memperluas pasar produk dan meningkatkan jumlah pedagang pengecer dengan mengoptimalkan kualitas produk yang dimiliki, merupakan strategi prioritas utama yang dapat diimplementasikan pada usaha Ladu Arai Pinang Ongga.

Kata Kunci: Internal Eksternal, Usaha Ladu Arai Pinang, Strategi Pemasaran

MARKETING STRATEGY OF LADU ARAI PINANG ONGGA BUSINESS IN PARIAMAN CITY

Abstract

This research aims to (1) Identify the internal (strengths and weaknesses) and external (opportunities and threats) factors of *Ladu Arai Pinang Ongga* business and (2) Formulate a marketing strategy that can be implemented to develop the business. This research was conducted at the *Ladu Arai Pinang Ongga* Business, at the Cacat Veteran Complex No. 10 Pauh Barat Village, Central Pariaman District, Pariaman City. This research uses a descriptive analysis method with a case study approach. Data analysis in this research is qualitative and quantitative using the IFE, EFE, SWOT, and QSPM matrices. This research obtained an IFE value of 2.716, meaning that the *Ladu Arai Pinang Ongga* business has a robust internal position. For the EFE value, 2.737 was received, meaning that the *Ladu Arai Pinang Ongga* business responded strongly to emerging opportunities and threats. The resulting strategy formulation uses the SWOT matrix: (1) Expanding the product market and increasing the number of retailers by optimizing the quality of the products they have (2) Using a digital payment system for the business and expiry dates on the business product packaging (3) Varying product packaging sizes at more affordable prices to compete with similar competitors (4) Reactivate social media and optimize offline and online promotions. Meanwhile, for the QSPM matrix, the highest value was obtained for strategy I: Expanding the product market and increasing the number of retailers by optimizing the quality of the products they have, with a TAS value of 6.515, meaning that strategy I is the primary priority strategy that can be implemented in the *Ladu Arai Pinang Ongga* business.

Keywords: Internal External, Arai Pinang Ladu Business, Marketing Strategy

