

**STRATEGI PEMASARAN VANILI BEANS PADA USAHA
JERIGUD FARM DI NAGARI GADUT KECAMATAN
TILATANG KAMANG KABUPATEN AGAM**

SKRIPSI

OLEH



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2024**

STRATEGI PEMASARAN VANILI *BEANS* PADA USAHA JERIGUD *FARM* DI NAGARI GADUT KECAMATAN TILATANG KAMANG KABUPATEN AGAM

Abstrak

Penelitian ini dilaksanakan pada vanili *beans* Usaha Jerigud Farm, bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal di usaha vanili *beans* Jerigud Farm dan merumuskan strategi pemasaran vanili *beans* di usaha Jerigud Farm. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dan kuantitatif dengan metode studi kasus. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan matriks IFE, EFE, SWOT dan QSPM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai matriks IFE yaitu 2,238 dan nilai matriks EFE yaitu 3,061. Alternatif strategi yang dihasilkan pada analisis SWOT adalah sebagai berikut: (1) Memperluas pasar produk dengan *branding* produk pada pihak-pihak pengguna vanili dalam negeri seperti industri makanan, usaha *bakery*, dan usaha kosmetik melalui pemanfaatan media sosial dan jasa pengiriman yang tersedia, (2) Mempekerjakan tenaga ahli khusus mengelola bagian pemasaran, (3) Melakukan pengurusan dan kerjasama terkait standar kualitas perdagangan internasional, (4) Membangun kerjasama dengan instansi pemerintah untuk mendapatkan dukungan dari berbagai aspek, (5) Meningkatkan promosi vanili *beans* Jerigud Farm dengan menaikkan nama Jerigud Farm sebagai wisata edukasi sekaligus pelatihan untuk masyarakat yang tertarik dan ingin mempelajari vanili, (6) Menciptakan segmentasi baru dengan memasarkan produk pada swalayan dan toko-toko bahan kue sekitar. Hasil analisis QSPM diperoleh nilai STAS 6,598 artinya ini merupakan strategi prioritas utama yang dapat diimplementasikan pada usaha vanili *beans* Jerigud Farm. Strategi tersebut yaitu memperluas pasar produk dengan *branding* produk pada pihak-pihak pengguna vanili dalam negeri seperti industri makanan, usaha *bakery*, dan usaha kosmetik melalui pemanfaatan media sosial dan jasa pengiriman yang tersedia.

Kata Kunci: analisis SWOT, analisis QSPM, matriks IFE dan EFE, Vanili



MARKETING STRATEGIES OF VANILI BEANS AT JERIGUD FARM IN NAGARI GADUT TILATANG KAMANG SUBDISTRICT AGAM REGENCY

Abstract

This research was carried out on Jerigud Farm, which cultivates vanilla beans. This study aims to identify the internal and external environmental factors of Jerigud Farm and formulate a marketing strategy for vanilla beans produced there. This type of research is qualitative and quantitative descriptive research using the case study method. The qualitative and quantitative descriptive analysis used the IFE, EFE, SWOT, and QSPM matrices. The research results show that the IFE matrix value is 2.238, and the EFE matrix value is 3.061. Alternative strategies from SWOT analysis are as follows: (1) Expanding the market by branding products to domestic vanilla users such as food industries, bakery businesses, and cosmetic businesses using social media and available delivery services (2) Employing particular experts to manage the marketing department, (3) Establishing cooperation regarding quality standards to be able to enter international trade, (4) Building cooperation with government agencies to get support from various aspects, (5) Increasing promotion through agrotourism which also provides training for those who are interested and want to learn about vanilla, (6) Creating new market segmentation by marketing products in supermarkets and local cake shops. The results of the QSPM analysis obtained an STAS value of 6.598, meaning this is the primary priority strategy that can be implemented in the Jerigud Farm. The strategy is to expand the product market by branding the product to domestic vanilla users such as food industries, bakery businesses, and cosmetics using social media and available delivery services.

Keywords: *IFE and EFE matrix, QSPM analysis, SWOT analysis, Vanili*