

**STRATEGI PEMASARAN USAHA KERIPIK SANJAI AMAK
HAJI DI KECAMATAN MANDIANGIN KOTO SELAYAN
KOTA BUKITTINGGI**

SKRIPSI

Oleh



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2025**

STRATEGI PEMASARAN USAHA KERIPIK SANJAI AMAK HAJI DI KECAMATAN MANDIANGIN KOTO SELAYAN KOTA BUKITTINGGI

Abstrak

Keripik Sanjai Amak Haji merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang industri makanan ringan. Dalam sebuah industri dibutuhkan strategi pemasaran yang efektif untuk mengembangkan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal untuk merumuskan strategi pemasaran pada usaha Keripik Sanjai Amak Haji. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Analisis data penelitian ini bersifat kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan matriks IFE, EFE, SWOT dan QSPM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha ini memiliki kekuatan pada kualitas produk yang baik serta lokasi strategis. Kelemahannya yaitu produksi bulanan rendah, kurangnya diferensiasi dan minimnya pemanfaatan media digital. Peluangnya yaitu kerja sama dengan pemasok dan pelatihan digital marketing dari pemerintah. Ancamannya yaitu banyak produk sejenis. Nilai matriks IFE yang diperoleh yaitu 2,606 dan nilai matriks EFE yang diperoleh yaitu 2,952. Dari matriks SWOT didapatkan 8 strategi. Strategi pertama yaitu memanfaatkan standar mutu yang sudah dimiliki untuk mempertahankan dan memperluas pasar. Strategi kedua yaitu mengikuti pelatihan *digital marketing*. Strategi ketiga yaitu membuat inovasi produk dan redesain kemasan. Strategi keempat yaitu berpartisipasi pada *event* pameran dan bazar di Kota Bukittinggi. Strategi kelima yaitu menambah mitra pemasok bahan baku serta memperbaiki manajemen produksi. Strategi keenam yaitu mengoptimalkan penjualan luar kota melalui jasa titipan. Strategi ketujuh yaitu memaksimalkan sistem potongan harga. Strategi kedelapan yaitu mengoptimalkan promosi periklanan menggunakan papan reklame. Hasil matriks QSPM menunjukkan nilai STAS tertinggi pada strategi pertama dengan nilai 6,771. Untuk itu, disarankan kepada usaha Keripik Sanjai Amak Haji untuk menerapkan strategi pertama yaitu memanfaatkan standar mutu yang sudah dimiliki untuk mempertahankan dan memperluas pasar.

Kata kunci: Bukittinggi, Sanjai, Strategi, Pemasaran

MARKETING STRATEGY ANALYSIS OF SANJAI AMAK HAJI CHIPS BUSINESS IN MANDIANGIN KOTO SELAYAN DISTRICT, BUKITTINGGI CITY

Abstract

Sanjai Amak Haji Chips is one of the businesses engaged in snack industry. An effective marketing strategy is needed to develop a business. This study aims to identify internal and external factors in order to formulate marketing strategies at Sanjai Amak Haji Chips business. This study used a case study method. The data were analyzed by qualitative and quantitative method using IFE, EFE, SWOT and QSPM matrix. The study result showed that this business strength were a good quality of the product and strategic location. The weaknesses were low monthly production, lack of product differentiation and lack of use of digital media. The opportunities were cooperation with suppliers and attended digital marketing training from the government. The threat was similar products from competitor. The IFE matrix value obtained was 2.606 and the EFE matrix value obtained was 2.952. From the SWOT matrix, 8 strategies were obtained. The first strategy is to utilize existing quality standards, including to maintain and to expand the market. The second strategy is to take part in digital marketing training. The third strategy is to make product innovations and to redesign packaging. The fourth strategy is to participate in an exhibition in Bukittinggi City. The fifth strategy is to expand supplier partners and to improve production management. The sixth strategy is to optimize selling products to other cities. The seventh strategy is to maximize the discount price system. The eighth strategy is to optimize promotion using billboards. The QSPM matrix showed the highest STAS value was in the first strategy with a value of 6.771. Therefore, it is recommended that Sanjai Amak Haji Chips business implementing the first strategy, by improving the quality standards in order to maintain and to expand the market

Keywords: Bukittinggi, Chips, Marketing, Strategy