

**STRATEGI PEMASARAN USAHA KERIPIK KENTANG
AZIZI DI KECAMATAN KURANJI KOTA PADANG**

SKRIPSI

Oleh :



**DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2026**

STRATEGI PEMASARAN USAHA KERIPIK KENTANG AZIZI DI KECAMATAN KURANJI KOTA PADANG

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran *Usaha Keripik Kentang Azizi* di Kecamatan Kuranji, Kota Padang. Tujuan penelitian adalah untuk mengidentifikasi faktor lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran serta merumuskan strategi yang tepat untuk pengembangan usaha. Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif menggunakan analisis *Internal Factor Evaluation* (IFE), *External Factor Evaluation* (EFE), Matriks Internal-Eksternal (IE), dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Usaha Keripik Kentang Azizi menghadapi peluang dan tantangan dalam persaingan pasar, sehingga diperlukan strategi pemasaran yang adaptif dan inovatif. Hasil analisis matriks IFE dan EFE selanjutnya dipetakan ke dalam matriks Internal-Eksternal (IE), dan didapatkan bahwa posisi Usaha Keripik Kentang Azizi berada pada kuadran V yaitu (*hold and maintain*). Adapun strategi utama yang dapat dilakukan oleh Usaha Keripik Kentang Azizi adalah strategi intensif penetrasi pasar dan pengembangan produk. Berdasarkan hasil analisis QSPM, diperoleh tiga strategi prioritas utama. Strategi prioritas pertama adalah promosi secara rutin melalui media sosial, dengan nilai *Total Attractiveness Score* (TAS) tertinggi sebesar 7,00. Strategi prioritas kedua adalah memperluas saluran distribusi melalui toko oleh-oleh dan minimarket, dengan nilai TAS sebesar 6,53. Strategi prioritas ketiga adalah menawarkan sistem kerja sama yang menarik kepada pengecer, dengan nilai TAS sebesar 5,50. Penerapan strategi ini diharapkan dapat memperkuat hubungan dengan pedagang, memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, serta mendukung keberlanjutan Usaha Keripik Kentang Azizi.

Kata Kunci: agroindustri, keripik kentang, faktor internal dan eksternal usaha, strategi pemasaran, matriks IE, matriks QSPM

MARKETING STRATEGY OF AZIZI POTATO CHIPS BUSINESS IN KURANJI DISTRICT, PADANG CITY

Abstract

This study aims to analyze the marketing strategy of Azizi Potato Chips Enterprise in Kuranji District, Padang City. The objectives of the study are to identify internal and external environmental factors affecting marketing activities and to formulate appropriate strategies for business development. The research method employed is a case study with a qualitative descriptive approach, utilizing Internal Factor Evaluation (IFE), External Factor Evaluation (EFE), the Internal–External (IE) Matrix, and the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). The results indicate that Azizi Potato Chips Enterprise faces both opportunities and challenges in market competition, requiring adaptive, innovative marketing strategies. The results of the IFE and EFE matrix analyses were subsequently mapped onto the Internal–External (IE) Matrix, which shows that Azizi Potato Chips Enterprise is in Quadrant V (hold and maintain). The main strategies that can be implemented are intensive strategies, namely market penetration and product development. Based on the QSPM analysis, three main priority strategies were identified. The first-priority strategy is conducting regular promotions on social media, with the highest Total Attractiveness Score (TAS) of 7.00. The second-priority strategy is to expand distribution channels through souvenir shops and minimarkets, with a TAS value of 6.53. The third-priority strategy is to offer attractive cooperation schemes to retailers, with a TAS value of 5.50. The implementation of these strategies is expected to strengthen relationships with traders, expand market reach, increase product visibility, and support the sustainability of Azizi Potato Chips Enterprise.

Keywords: *agroindustry, potato chips, internal and external business factors, marketing strategy, IE matrix, QSPM matri*

