STRATEGI PEMASARAN BERAS BADAN USAHA MILIK NAGARI (BUMNag) JAYA BASAMO DI NAGARI SINURUIK KECAMATAN TALAMAU PASAMAN BARAT

SKRIPSI

OLEH

ENGLA FIDIROSSA
1510221025

Dosen Pembimbing

Pembimbing I : Sri Wahyuni, SPt.MSi.Dr

Pembimbing II : Nuraini Budi Astuti, SP. Msi

FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG

2019

STRATEGI PEMASARAN BERAS BADAN USAHA MILIK NAGARI (BUMNag) JAYA BASAMO DI NAGARI SINURUIK KECAMATAN TALAMAU PASAMAN BARAT

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Untuk mendiskripsikan lingkungan internal dan lingkungan eksternalnya BUMNag Jaya Basamo dalam strategi pemasarannya (2) Untuk merumuskan alternatif-alternatif strategi bagi kegiatan pemasaran BUMNag Jaya Basamo. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan metode suti kasus. Analisis data penelitian ini bersifak kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan alat analisis berupa matriks IFE dan matriks EFE, dan matriks SWOT. Lingkungan internal BUMNag memiliki kekuatan utama dalam hal kualitas produk yang baik, dan kelemahan dalam jenis beras yang dijual tidak beragam. Lingkungan eksternal BUMNag memiliki peluang dalam kurangnya kepercayaan konsumen terhadap produk yang dijual pesaing karna produk tidak memiliki merk, ancaman yan dihadapi adalah jenis beras yang dijual pesaing beragam. Untuk itu dirumuskan alternatif strategi sebagai berikut (1) Menjaga dan meningkatkan kualitas produk beras BUMNag Jaya Basamo (2) Memperluas pangsa pasar (3) Meningkatkan promosi melalui media cetak dan internet (4) Menambah jenis beras yang dijual sehingga konsumen bisa membeli beras sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya

Keywords: *Lingkungan Internal, Lingkungan Eksternal, Alternatif Strategi*

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

RICE MARKETING STRATEGY OF BADAN USAHA MILIK NAGARI (BUMNag) IN SINURUIK VILLAGE TALAMAU DISTRICT WEST PASAMAN

ABSTRACT

This study aims to (1) describe the internal and external environment of BUMNag Jaya Basamo in its marketing strategy (2) formulate alternative strategies for BUMNag Jaya Basamo marketing activities. The research is a descriptive study using a case study method. Data were analyzed qualitatively and quantitavely using analysis tools such as the IFE matrix , EFE matrix, and the SWOT matrix. BUMNag's internal environment has major strengths in terms of good product quality, and weaknesses because type of rice sold is not diverse. BUMNag's external environment has an opportunity because of low consumer confidence in the unbranded products sold by competitors but is also threatened by the existence of different types of rice being sold by various competitors. Based on SWOT analysis, an alternative strategy was formulated as follows; (1) Maintaining and improving the quality of BUMNag Jaya Basamo rice products (2) Expanding market share (3) Adding varieties of rice sold so consumers can buy the rice they want (4) Increaseinge promotion through internet and electronic media

Keywords: Internal Environment, External Environment, alternative strategy

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA