

**STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA COKELAT MALIBOU  
DI KECAMATAN 2X11 KAYUTANAM KABUPATEN PADANG  
PARIAMAN**

**SKRIPSI**

**Oleh**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**M. IKHWAN**

**1610222014**

**Dosen Pembimbing**

**Pembimbing 1**

**Cipta Budiman, S.Si, M.M  
NIP. 197701192005011002**

**Pembimbing 2**

**Dwi Evaliza, Ir, M.Si  
NIP. 196204111989032001**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG**

**2021**

# STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA COKELAT MALIBOU DI KECAMATAN 2X11 KAYUTANAM KABUPATEN PADANG PARIAMAN

## Abstrak

Salah satu isu penting mengenai pemasaran terhadap suatu produk adalah tentang strategi pemasaran yang digunakan oleh suatu usaha terhadap produknya. Penelitian ini memfokuskan kepada mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran Cokelat Malibou dan merumuskan strategi pemasaran yang direkomendasikan untuk Pabrik Cokelat Malibou. Penelitian ini dilaksanakan pada Usaha Cokelat Malibou yang beralamat di Jalan Raya Padang Bukittinggi, Kecamatan 2x11 Kayutanam Kabupaten Padang Pariaman. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah dengan wawancara dan observasi langsung. Dalam menentukan responden penelitian, peneliti menggunakan informan kunci yang bertindak sebagai pihak internal dan eksternal perusahaan. Selanjutnya data yang telah diperoleh di analisis dengan analisa deskriptif kualitatif pada tujuan pertama, untuk tujuan kedua digunakan analisis kuantitatif dengan menganalisa faktor eksternal dan internal usaha Cokelat Malibou. Berdasarkan pada analisa yang dilakukan penulis dengan menggunakan kepada matrik IFE, EFE, IE dan QSPM, maka didapatkan hasil berupa strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh Usaha Cokelat Malibou untuk meningkatkan volume penjualan berupa : melakukan promosi, pendekatan kepada pengecer, menambah varian rasa, meningkatkan daya tarik produk. Prioritas strategi yang didapat adalah melakukan promosi yang lebih intensif lagi dengan memperbaiki kemasan produk yang lebih menarik dan memperkenalkan produk melalui berbagai iklan dan sosial media, agar produk lebih dikenal lagi oleh masyarakat luas.

**Kata kunci:** *strategi, pemasaran, cokelat,*

