

**PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN KERUPUK KULIT
IKM GUNUNG MERAPI DI BUKITTINGGI**

TUGAS AKHIR

*Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Sarjana pada Jurusan
Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Andalas*

Oleh:



**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2021**

ABSTRAK

IKM Gunung Merapi merupakan usaha kecil yang memproduksi kerupuk kulit di Kota Bukittinggi. IKM ini memproduksi 2 jenis kerupuk kulit yaitu kerupuk kulit latua dan kerupuk kulit masak. Banyaknya perusahaan yang menghasilkan produk sejenis membuat IKM Gunung Merapi sulit untuk mempertahankan posisi produknya. Kegiatan promosi yang tidak dilakukan lagi dengan anggapan sudah banyak orang yang mengenal IKM Gunung Merapi. Hal ini tentu dapat memicu IKM Gunung Merapi mengalami penurunan penjualan pada 6 tahun terakhir yaitu pada tahun 2015-2020. Apabila kondisi tersebut berlangsung secara terus menerus maka IKM akan mengalami kerugian. Oleh karena itu, perlunya perumusan strategi dalam bidang pemasaran untuk meningkatkan penjualan kerupuk kulit di IKM Gunung Merapi.

Dimulai dengan mewawancarai pemilik IKM Gunung Merapi untuk mendapatkan informasi mengenai gambaran umum serta kondisi pemasaran yang ada. Kemudian melakukan studi literatur dan perumusan masalah yang terjadi di IKM ini serta mengumpulkan informasi dan data terkait untuk menjadi input pada tahap perumusan strategi. Pada perumusan strategi terdapat 3 tahap yaitu, tahap pemasukan, tahap pencocokan, dan tahap keputusan. Hasil perhitungan Matriks SWOT untuk skor EFE adalah 3,09 dan skor IFE adalah 2,97. Pemetaan menggunakan matriks IE berada pada sel II yang artinya IKM Gunung Merapi berada pada posisi tumbuh dan membangun. Hasil dari prioritas strategi pemasaran terpilih pada aspek promosi dengan bobot 0,369 dengan strategi alternatif solusinya adalah Meningkatkan inovasi pemasaran dengan berbasis online (e-commerce) dengan bobot 0,353

Kata Kunci : IKM Gunung Merapi, Kerupuk kulit, Strategi pemasaran

ABSTRACT

IKM Gunung Merapi is a small business that produces kerupuk kulit in the city of Bukittinggi. This IKM produces 2 types of kerupuk kulit, namely kerupuk kulit latua and kerupuk kulit masak. The number of companies that produce similar products makes it difficult for IKM Gunung Merapi to maintain its product position. Promotional activities that are no longer carried out with the assumption that many people know IKM Gunung Merapi. This of course can trigger IKM Gunung Merapi to experience a decline in sales in the last 6 years, namely in 2015-2020. If this condition continues, SMEs will suffer losses. Therefore, it is necessary to formulate a strategy in the field of marketing to increase sales of kerupuk kulit in IKM Gunung Merapi.

Started by interviewing the owners of the IKM Gunung Merapi to get information about the general description and the existing marketing conditions. Then conduct a literature study and formulate problems that occur in IKM and collect related information and data to be input at the strategy formulation stage. In the formulation of the strategy there are 3 stages, namely, the input stage, the matching stage, and the decision stage. The result of the calculation of the SWOT Matrix for the EFE score is 3.09 and the IFE score is 2.97. The mapping using the IE matrix is in cell II, which means that the IKM Gunung Merapi is in a position to grow and develop. The results of the selected marketing strategy priorities in the promotion aspect with a weight of 0.369 with an alternative solution strategy is Increasing online-based marketing innovation (e-commerce) with a weight of 0.353

Keywords: IKM Gunung Merapi, Kerupuk Kulit, Marketing strategy

