

**STRATEGI PEMASARAN USAHA GALAMAI AZILA DI
KANAGARIAN PANAMPUANG, KECAMATAN AMPEK
ANGKEK, KABUPATEN AGAM, SUMATERA BARAT**

SKRIPSI



Oleh

MIA RAHMADINA

171022324

PEMBIMBING I : Cipta Budiman, S.Si., M.M

PEMBIMBING II : Dr. Ir. Rusda Khairati, MSi

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2021**

STRATEGI PEMASARAN USAHA GALAMAI AZILA DI KANAGARIAN PANAMPUANG, KECAMATAN AMPEK ANGKEK, KABUPATEN AGAM, SUMATERA BARAT

ABSTRAK

UMKM memerlukan pemasaran untuk dapat bertahan dalam pasar, hal ini dikarenakan suatu usaha bersifat dinamis mengikuti kemajuan dan peluang yang ada. Penelitian ini berfokus untuk menghasilkan strategi yang dapat diterapkan oleh usaha Galamai Azila dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal usaha. Penelitian ini dilakukan pada usaha Galamai Azila di Kanagarian Panampuang, Kecamatan Ampek Angkek, Kabupaten Agam. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan campuran kualitatif dan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah dengan observasi langsung, wawancara, pemberian kuisisioner dan dokumentasi. Responden penelitian adalah informan kunci sebagai pemberi informasi internal dan eksternal perusahaan. Data yang telah diperoleh di analisis dengan analisa deskriptif kualitatif pada tujuan pertama, untuk tujuan kedua digunakan analisis kualitatif untuk mendapatkan analisis internal dan eksternal perusahaan. Selanjutnya tujuan ketiga menggunakan analisis deskriptif kuantitatif untuk menghasilkan matriks IFE, EFE, CP, IE dan QSPM. Strategi pemasaran yang dihasilkan dalam penelitian ini antara lain: melakukan promosi yang terprogram memiliki total nilai daya tarik sebesar 4.234, strategi menggunakan market place untuk pemasaran online dengan nilai TAS 3.819, strategi memperbaiki kemasan produk menambahkan label kadaluarsa dengan nilai TAS 3.702, strategi melakukan pengiklanan dengan nilai TAS 3.626 dan strategi mengembangkan produk dengan inovasi yang menarik dengan nilai TAS 3.183.

Kata kunci: strategi, pemasaran, Galamai

MARKETING STRATEGY OF GALAMAI AZILA BUSINESS IN KANAGARIAN PANAMPUANG, AMPEK ANGKEK DISTRICT, AGAM REGENCY, WEST SUMATRA

ABSTRACT

MSME desperately need marketing to be able to survive in the market, this is because a business is dynamic following the progress and opportunities that exist. This research focuses on producing strategies that can be applied by Galamai Azila's by identifying internal and external factors of Galamai Azila's. This research was conducted by Galamai Azila in Kanagarian Panampuang, Ampek Angkek Subdistrict, Agam Regency. This research uses a descriptive method with a mixed qualitative and quantitative approach. Data collection techniques used are direct observation, interviews, giving questionnaires and documentation. Research respondents are key informants as providers of internal and external information about the company. The data that has been obtained is analyzed with qualitative descriptive analysis in the first objective, for the second objective qualitative analysis is used to analyse internal and external factors. Furthermore, the third objective is to use quantitative descriptive analysis to produce a IFE, EFE, IE and QSPM matrix. The marketing strategies produced in this research are: Conducting a promotion program has a total attractiveness value of 4.234, a strategy of using a market place for online marketing with a value of TAS 3,819, a strategy for improving product packaging by adding expired labels with a value of TAS 3.702, a strategy for advertising with a value of TAS 3.626 and a strategy for developing products with innovative innovation has a TAS 3.183

Keywords: Strategy, Marketing, Galamai