

**STRATEGI PEMASARAN KERUPUK SINGKONG MERPATI BALAP SARI
RASA MAGELANG
DI MAGELANG, JAWA TENGAH**

Laila Anifa Anis Rinu¹⁾, Atris Suyantohadi²⁾, Agung Putra Pamungkas³⁾

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi apa yang cocok untuk diterapkan dalam memasarkan “Kerupuk Singkong Merpati Balap” di Magelang dengan mengevaluasi faktor-faktor yang berpengaruh dalam pembelian produk yangnantinya akan menggambarkan faktor yang dominan dalam proses pengambilan keputusan pembelian produk Krupuk Singkong Merpati Balap itu sendiri, sehingga produk dapat menembus pasar secara luas. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data primer dan data sekunder dengan cara melakukan wawancara, melalui kuesioner, dan observasi secara langsung terhadap pemilik industri dan orang-orang terkait dan juga dengan melakukan pengamatan secara langsung mengenai kegiatan yang dilakukan industri dalam hal pemasaran dan menyebarkan kuesioner. Melakukan analisis pada faktor internal dan eksternal. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan SWOT sebagai dasar untuk merancang strategi pemasaran produk kerupuk singkong Merpati Balap.

Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa kekuatan yang dimiliki industri yaitu : Produk memiliki keunggulan, produk yang cukup bermutu, harga produk yang memimpin, kerjasama yang baik antara pemilik dengan pegawai dan antara penjual dengan pembeli (agen), keinginan untuk berkembang, dan banyaknya peminat akan produk. Faktor kelemahan: kemasan yang kurang menarik, promosi dan komunikasi dari Industri yang kurang, keterbatasan modal usaha, keuangan industri yang masih tercampur dengan keuangan rumah tangga dan peralatan yang digunakan masih tradisional. Terdapat faktor lingkungan eksternal perusahaan yang menjadi peluang antara lain: market leader, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, perkembangan teknologi pengolahan, tingginya permintaan akan produk dan daerah pemasaran yang luas. Ancaman yang harus dihadapi oleh industri ini antara lain: kompetitor produk sejenis, sulitnya mencari pekerja tetap, banyaknya berdiri industri didaerah sekitar yang menggunakan bahan baku yang sama, kebijakan pemerintah menaikkan harga bahan bakar bensin dan solar dan perubahan iklim/cuaca.

Usulan strategi pemasaran berdasarkan analisa 4P maupun matrik SWOT diantaranya adalah menjaga nama baik industri, meningkatkan volume produksi, memperluas jaringan pemasaran, membangun kerjasama yang baik dengan pekerja, perbaikan sistem dan manajemen keuangan.

Kata Kunci: Kerupuk Singkong Merpati Balap, Pemasaran, SWOT

¹⁾ Mahasiswa Jurusan D III Agroindustri, SV UGM

²⁾ Dosen Pembimbing Tugas Akhir

³⁾ Dosen Penguji

**MARKETING STRATEGIES CRACKERS SINGKONG MERPATI BALAP SARI
RASA MAGELANG IN MAGELANG, CENTRAL JAVA**

Laila Anifa Anis Rinu ¹⁾, Atris Suyantohadi ²⁾, Agung Putra Pamungkas ³⁾

ABSTRACT

This study aims to determine what is the appropriate strategy to be applied in marketing "Cassava Crackers Merpati Balap" in Magelang to evaluate the factors that influence the purchase of products that will describe the dominant factor in the purchase decision process cassava crackers product itself Merpati Balap, so that the product can penetrate the broader market. This research was conducted by collecting primary data and secondary data by conducting interviews and observations directly to the owners of industries and related persons, and also with the direct observation of the activities performed the industry in terms of marketing and distributing questionnaires. Perform analysis on internal and external factors. The collected data were then analyzed using SWOT as a basis for designing a marketing strategy for Merpati Balap cassava cracker products.

The results showed that the strength of the industry, namely: The product has advantages, considerable product quality, product prices lead, good cooperation between the owner and employees and between buyers and sellers (agents), the desire to grow, and the high demand for the product. Areas of weakness: the lack of attractive packaging, promotion and communication of industry are lacking, limited venture capital, the financial industry is still mixed with household finances and the equipment used is still traditional. There are external environmental factors that into an opportunity, among others: market leader, the development of information and communication technologies, the development of processing technology, high demand produkdan extensive marketing area. A threat that must be faced by the industry include: competitors of similar products, the difficulty of finding permanent workers, many standing around the industrial areas using the same raw materials, government policies raise the price of petrol and diesel fuels and climate change/weather.

Proposed marketing strategy based on 4P and SWOT matrix analysis of which is to maintain the good name of the industry, increase production volumes, expand marketing network, establish a good cooperation with workers, improvement and financial management system.

Keywords: *Cassava Crackers Merpati Balap, Marketing, SWOT*