

**STRATEGI PEMASARAN KERIPIK REMPEYEK KEDELAI PRODUK
INDUSTRI RUMAH TANGGA DI KELURAHAN SEMPIDI
KECAMATAN MENGWI KABUPATEN BADUNG**

ABSTRAK

Keripik Rempeyek Kedelai adalah sejenis makanan pelengkap dari kelompok gorengan. Secara umum rempeyek adalah gorengan tepung terigu yang dicampur dengan air hingga membentuk adonan kental, diberi bumbu (terutama garam dan bawang putih) dan diberi bahan pengisi yang khas, biasanya biji kacang kedelai. Tujuan penelitian ini yaitu: (1) mengidentifikasi dan menganalisis faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan Industri Rumah Tangga Keripik Rempeyek Kedelai. (2) mengidentifikasi dan menganalisis faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman Industri Rumah Tangga Keripik Rempeyek Kedelai. (3) merumuskan bagaimana strategi pemasaran yang tepat diterapkan bagi IRT Keripik Rempeyek Kedelai. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 8 orang responden, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sensus sampling. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut: (1) matriks IFE dan EFE untuk mengidentifikasi faktor-faktor strategis, (2) matriks IE untuk mengetahui posisi perusahaan, (3) matriks SWOT untuk merumuskan alternatif strategi pemasaran, dan (4) QSPM untuk memutuskan prioritas strategi pemasaran Keripik Rempeyek Kedelai pada industri rumah tangga di Kelurahan Sempidi Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung. Hasil penelitian menunjukkan faktor internal IRT keripik rempeyek kedelai yang menjadi kekuatan adalah produk yang dihasilkan baik, pelayanan yang ramah, harga jual terjangkau. Sedangkan yang menjadi kelemahan adalah Penggunaan teknologi belum maksimal. Faktor eksternal yang menjadi peluang adalah keripik rempeyek sangat digemari masyarakat, tingkat kepercayaan masyarakat terhadap produk keripik sangat baik. Sedangkan yang menjadi ancaman adalah tingkat persaingan yang tinggi. Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam memasarkan keripik rempeyek kedelai adalah meningkatkan kualitas produk untuk meraih kepercayaan konsumen, mempertahankan harga jual yang terjangkau dari pesaing, meningkatkan strategi pemasaran agar lebih efektif dalam menjual hasil produk. Prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam memasarkan keripik rempeyek kedelai pada IRT di Kelurahan Sempidi Kecamatan Mengwi Kabupate Badung berdasarkan analisis QSPM adalah meningkatkan strategi pemasaran agar lebih efektif dalam menjual hasil produk.

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, Analisis SWOT

ABSTRACT

THE MARKETING STRATEGY FOR THE SOY PEANUT BRITTLE CHIPS IS A HOME INDUSTRY PRODUCT IN THE SEMPIDI VILLAGE MENGWI DISTRICT BADUNG REGENCY

Soy peanut brittle chips are a kind of complementary food from the fried group. In general peanut brittle is fried wheat flour that forms a thick dough, seasoned (especially salt and garlic) and given a special filler usually soybean seeds. The aim of this research is: (1) identify and analyze internal factors that are the strengths and weaknesses of the soybean peanut brittle home industry. (2) identify and analyze external factors that become opportunities and threats for the home industry of soybean peanut brittle chips. (3) formulate how the right marketing strategy is applied to the home industry of soybean peanut brittle chips. The number of samples in this study were 8 respondents, the sampling technique in this study used census sampling. Data analysis method are used in this study are as follows: (1) IFE and EFE Matriks for identifying the strategy factors. (2) IE Matrix to know the business position, (3) SWOT Matrix to formulate alternative marketing strategy, and (4) QSPM for deciding the priority of keripik rempeyek kedelai marketing strategy in home industry at Sempidi sub district of Badung regency. Internal factor of keripik rempeyek kedelai in home industry that becomes the resulting product is good, friendly service, affordable selling price. While the weakness is the marketing strategy is still lacking. The external factor which is an opportunity is peanut brittle chips are very popular with the community, the level of public trusts in chip products is very good. While the threat is a high level of competition. Alternative strategies that can be applied in marketing keripik rempeyek kedelai are improve product quality to gain consumer trust, maintain affordable selling price from competitors, improve marketing strategies to be more effective in selling products. Priority strategies that can be applied in marketing soybean peanut chips in the home industry in the Sempidi sub-district, mengwi district, badung regency based on the QSPM analysis is improve marketing strategies to be more effective in selling products.

Key words: Strategy, Marketing, SWOT Analysis.