

PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK KERUPUK IKAN SIDAYU (STUDI KASUS KELOMPOK USAHA MAJU BERSAMA)

Nama Mahasiswa : Nadya Fitri Solichah

NIM : 2041610021

Pembimbing : Irvan Adhin Cholilie, S.TP., M.P.

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi yang cepat dan perubahan lingkungan, mengharuskan perusahaan melakukan kegiatan pemasaran terhadap produk dan jasa yang dihasilkannya. Salah satu contohnya perkembangan dalam sektor produksi kerupuk ikan di wilayah Sidayu Gresik Jawa Timur. Persaingan semakin ketat dalam memperebutkan pasar serta keinginan perusahaan untuk mengembangkan usahanya, mengharuskan melakukan analisis strategi pemasaran yang sesuai mengatasi permasalahan tersebut dengan berbagai tahapan dan alat-alat analisis yang ada dalam strategi pemasaran. Hasil dari perhitungan matrik IFE diperoleh total skor sebesar 2,399 dengan kekuatan utama adalah bahan baku mudah untuk didapatkan (skor 0,301) dan kelemahan utama adalah kapasitas produksi masih terbatas (skor 0,096). Hasil dari perhitungan matrik EFE diperoleh total skor sebesar 2,535 dengan Peluang utama dari perusahaan adalah pangsa pasar masih luas (skor 0,304) dan Ancaman utama dari perusahaan adalah banyaknya produk substitusi (skor 0,186). Hasil dari penilaian matrik IE menempatkan perusahaan pada posisi sel V yaitu strategi menjaga dan mempertahankan. Hasil analisis SWOT menghasilkan 6 alternatif strategi yang dapat dipilih oleh UMKM maju bersama. Berdasarkan hasil analisis matrik QSPM, dari 6 alternatif strategi terdapat satu alternatif strategi yang diprioritaskan untuk dilakukan oleh UMKM yaitu mempertahankan harga dan meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen dengan skor TAS sebesar 4,783.

Kata Kunci : kerupuk ikan; strategi pemasaran; analisis SWOT; matriks IFE dan EFE.

**DEVELOPMENT OF MARKETING STRATEGY FOR SIDAYU FISH
CRACKER PRODUCTS (CASE STUDY FOR JOINT FORWARD BUSINESS
GROUP)**

Name : Nadya Fitri Solichah

Student identify Number : 2041610021

Supervisor : Irvan Adhin Cholilie, S.TP., M.P.

ABSTRACT

Fast economic growth and environmental changes require companies to carry out marketing activities for the products and services they produce. One example is the development in the fish cracker production sector in the Sidayu Gresik area of East Java. Competition is getting tighter in fighting over the market as well as the company's desire to develop its business, requiring an appropriate marketing strategy analysis to overcome these problems with various stages and analytical tools in the marketing strategy. The results of the calculation of the IFE matrix obtained a total score of 2.399 with the main strength being that raw materials are easy to obtain (score 0.301) and the main weakness is that the production capacity is still limited (score 0.096). The results of the EFE matrix calculation obtained a total score of 2.535 with the main opportunity for the company is that the market share is still wide (score 0.304) and the main threat from the company is the number of substitute products (score 0.186). The results of the IE matrix assessment put the company in the position of cell V, namely the strategy of maintaining and maintaining. The results of the SWOT analysis resulted in 6 alternative strategies that can be chosen by MSMEs to move forward together. Based on the results of the QSPM matrix analysis, of the 6 alternative strategies, there is one alternative strategy that is prioritized by MSMEs, namely maintaining prices and improving product quality to increase consumer satisfaction and loyalty with a TAS score of 4.783.

Keywords: fish crackers; marketing strategy; SWOT analysis; IFE and EFE matrix.