

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF EFFICIENCY AND MARKETING STRATEGY OF MELINJO CHIPS IN LAMPUNG PROVINCE**

**By**

**Tsuraya Khairunnisa**

This research aims to analyze the efficiency of marketing channels and margins, and formulate the Strategic Marketing Priorities of melinjo chips in Lampung Province. The research method was survey method and location determined by purposive. Respondents of this research were producers of melinjo chips in Sukamaju, Teluk Betung Timur, Bandar Lampung and Bernung village, Gedong Tataan Sub-district, Pesawaran Regency determined by proportionate stratified simple random sampling method. This research used analysis method of marketing channel, margin and producer's share analysis, while marketing strategy analysis tool uses descriptive analysis method and strategy formulation stages, IFE and EFE matrix, IE matrix, SWOT matrix, and QSPM. The results of this research indicate that (1) there are 3 types of marketing channels in Lampung Province, namely channel I: producer to consumer, and channel II: producer to retailer then consumer. (2) Bernung village has a higher efficiency level than Sukamaju village with a margin of 38,40% and producer's share of 61,60% on channel I and margin of 31,72% and producer's share of 68,28% on channel II. (3) Marketing strategies of melinjo chips business in Lampung Province were: (a) to improve the quality of melinjo chips products in order to excel in product competition, (b) to increase cooperation with suppliers for the availability of raw materials and traders great for expanding marketing, (c) increasing the scale of business by forming cooperatives and (d) promoting the publication and promotion of melinjo chips products by utilizing knowledge and technology.

**Key words:** efficiency, margin, melinjo chips, QSPM, SWOT

## ABSTRAK

### ANALISIS EFISIENSI DAN STRATEGI PEMASARAN EMPING MELINJO DI PROVINSI LAMPUNG

Oleh

**Tsuraya Khairunnisa**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efisiensi saluran dan margin pemasaran, serta menyusun strategi prioritas untuk pemasaran emping melinjo di Provinsi Lampung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dan penentuan lokasi dilakukan secara purposif. Responden penelitian ini yaitu produsen emping melinjo di Kelurahan Sukamaju, Teluk Betung Timur, Kota Bandar Lampung dan di Desa Bernung, Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran yang ditentukan dengan metode *proportionate stratified simple random sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis saluran tataniaga, analisis margin, dan analisis *producer's share*, sedangkan alat analisis strategi pemasaran menggunakan menggunakan metode analisis deskriptif dan tahapan formulasi-formulasi strategi, yaitu matriks IFE dan EFE, matriks IE dan matriks SWOT, dan QSPM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) terdapat 3 jenis saluran pemasaran di Provinsi Lampung, yaitu saluran I : produsen ke konsumen, dan saluran II : produsen ke pedagang pengecer, lalu konsumen. (2) Desa Bernung memiliki tingkat efisiensi lebih tinggi dibandingkan Kelurahan Sukamaju dengan margin yang didapat sebesar 38,40% dan *producer's share* sebesar 61,60% pada saluran I serta margin sebesar 31,72% dan *producer's share* sebesar 68,28% pada saluran II. (3) strategi pemasaran usaha emping melinjo di Provinsi Lampung yaitu: (a) meningkatkan kualitas produk emping melinjo agar dapat unggul dalam persaingan produk, (b) meningkatkan kerjasama dengan para pemasok untuk ketersediaan bahan baku dan pedagang besar untuk memperluas pemasaran, (c) meningkatkan skala usaha dengan membentuk koperasi dan (d) mengedepankan publikasi dan promosi produk emping melinjo dengan memanfaatkan pengetahuan dan teknologi.

Kata kunci: efisiensi, emping melinjo, margin, QSPM, SWOT