

ABSTRACT

MARKETING SYSTEM AND STRATEGY OF ITTARA RUKUN SANTOSA TAPIOKA FLOUR IN EAST LAMPUNG REGENCY

By

Rizal Alfrian Toni

This research aims to analyze the costs, profits, marketing margins, marketing efficiency and marketing strategy of tapioca flour. The research is conducted purposively by survey method and case study method. Respondents are producers of tapioca flour, traders, and consumers. Furthermore, the numbers of respondent are taken by Judgment Sampling Method. Research data is analyzed using channel analysis method, cost analysis, marketing profit and margin, marketing efficiency analysis, SWOT and QSPM analysis. Then the results show that there are two marketing channels of tapioca flour. The first channel is producer to consumer, and the second is producer to retailer and then consumer. The marketing margin obtained on the first channel is 14.35 percent and second channel is 33.69 percent. The producer's share on first channel is 85.65 percent and second channel is 66.31 percent. The producer's share in the two marketing channels is more than 50 percent, so it means marketing system of tapioca flour at ITTARA (Industri Tapioka Rakyat) Rukun Santosa in East Lampung Regency has been efficient. The marketing strategies of ITTARA Rukun Santosa tapioca flour are: Optimizing the use of business locations close to suppliers to increase production volume and expand marketing, making product brands so that products are better known and increase selling value thus they are more competitive in the market, utilization of the distribution network that has been built while still paying attention to product quality and maximizing customer service, providing online shipping methods through expeditions to reach consumers who are far from the business location.

Keywords: efficiency, marketing channel, QSPM, SWOT, tapioca flour

ABSTRAK

SISTEM DAN STRATEGI PEMASARAN TEPUNG TAPIOKA ITTARA RUKUN SANTOSA KABUPATEN LAMPUNG TIMUR

Oleh

Rizal Alfrian Toni

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis saluran, biaya, keuntungan, margin pemasaran, efisiensi pemasaran dan strategi pemasaran tepung tapioka. Penelitian ini dilakukan secara purposive dengan metode survei dan studi kasus. Responden penelitian ini adalah produsen tepung tapioka, pedagang, dan konsumen yang diambil dengan metode judgment sampling. Data penelitian dianalisis dengan metode analisis saluran, biaya dan keuntungan, margin pemasaran, efisiensi pemasaran, serta analisis SWOT dan QSPM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran tepung tapioka. Saluran pertama adalah produsen ke konsumen, dan yang kedua adalah produsen ke pengecer dan kemudian konsumen. Margin pemasaran yang diperoleh pada saluran pertama sebesar 14,35 persen dan saluran kedua sebesar 33,69 persen. Bagian yang diterima produsen pada saluran pertama sebesar 85,65 persen dan saluran kedua sebesar 66,31 persen. Bagian yang diterima produsen di kedua jalur pemasaran tersebut lebih dari 50 persen, sehingga sistem pemasaran tepung tapioka di ITTARA (Industri Tapioka Rakyat) Rukun Santosa Kabupaten Lampung Timur sudah efisien. Strategi pemasaran tepung tapioka ITTARA Rukun Santosa yaitu: optimalisasi pemanfaatan lokasi usaha yang dekat dengan pemasok untuk meningkatkan volume produksi dan memperluas pemasaran, pembuatan merk produk agar produk lebih dikenal dan menambah nilai jual sehingga lebih bersaing di pasaran, pemanfaatan jaringan distribusi yang telah terbangun dengan tetap memperhatikan kualitas produk dan memaksimalkan pelayanan konsumen, menyediakan metode pengiriman online melalui ekspedisi untuk meraih konsumen yang jauh dari lokasi usaha.

Kata kunci: efisiensi, QSPM, saluran pemasaran, SWOT, tepung tapioka