

## **ABSTRACT**

### **MARKETING STRATEGY ANALYSIS OF PEMPEK CEMOT LAHAT**

**By**

**KARTINI PERMATASARI**

Cemot is an Home Industry that processes Palembang's special food, namely Pempek. The results of observations made at Cemot Home Industry, there were several problems that caused a decrease in the number of sales of Pempek products. This study aims to identify internal and external environmental factors that influence the marketing strategy at Cemot Home Industry and determine alternatives and priorities for Cemot Home Industry marketing strategy. Data were analysed by using the Internal-External (IE) matrix, the Strength, Weakness, Opportunity and Threat (SWOT) matrix and the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Based on the results of the IFE matrix analysis, a total score of 3.39 was obtained, while the EFE matrix analysis results obtained a total score of 3.23 so that the IE matrix places the company in cell I position which indicates that the strategies that can be applied are market penetration, market development and product development. Based on the results of the SWOT matrix analysis, the alternative strategies obtained are to maintain and improve the quality and distinctive taste to give confidence to consumers; carry out promotional activities efficiently to expand the target market and increase the number of sales; developing product variations and innovations as well as maintaining product prices; and maintain good relations with consumers. The prioritized marketing strategy based on the QSPM matrix is to maintain and improve the quality and distinctive taste to give confidence to consumers with a Total Attractive Score of 6.18.

**Keywords :** Cemot Home Industry, Marketing Strategy, SWOT, QSPM

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PEMPEK CEMOT KABUPATEN LAHAT**

**Oleh**

**KARTINI PERMATASARI**

Cemot merupakan Industri Rumah Tangga yang mengolah makanan khas Palembang yaitu Pempek. Hasil observasi yang dilakukan di Industri Rumah Tangga Cemot terdapat beberapa masalah yang menyebabkan penurunan jumlah penjualan produk pempek. Penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi faktor lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran di Industri Rumah Tangga Cemot dan menentukan alternatif dan prioritas strategi pemasaran Industri Rumah Tangga Cemot. Data dianalisis menggunakan matriks *Internal-External* (IE), matriks *Strength, Weakness, Opportunity* dan *Threat* (SWOT) dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Berdasarkan hasil analisis matriks IFE diperoleh total skor sebesar 3,39, sedangkan hasil analisis matriks EFE diperoleh total skor sebesar 3,23 sehingga pada matriks IE menempatkan perusahaan berada pada posisi sel I yang menunjukkan bahwa strategi yang dapat diterapkan yaitu penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk. Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT, alternatif strategi yang didapatkan yaitu mempertahankan serta meningkatkan mutu kualitas dan cita rasa khas untuk memberikan kepercayaan terhadap konsumen; melakukan kegiatan promosi secara efisien untuk memperluas target pasar dan meningkatkan jumlah penjualan; mengembangkan variasi dan inovasi produk serta mempertahankan harga produk; dan mempertahankan hubungan baik dengan konsumen. Strategi pemasaran yang diprioritaskan berdasarkan matriks QSPM adalah mempertahankan serta meningkatkan mutu kualitas dan cita rasa khas untuk memberikan kepercayaan terhadap konsumen dengan nilai *Total Attractive Score* sebesar 6,18.

**Kata Kunci :** Industri Rumah Tangga Cemot, Strategi Pemasaran, SWOT, QSPM