

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN INDUSTRI TAHU DI BANDAR LAMPUNG (Studi Kasus di Pabrik Tahu XYZ)

Oleh

ZAINUDIN

Pabrik tahu XYZ merupakan salah satu industri yang memproduksi tahu. Potensi industri tahu di pabrik tahu XYZ cukup besar sehingga persaingan dalam suatu bidang usaha dapat mempengaruhi pengembangan usaha yang sedang dijalankan. Untuk mengatasi persaingan yang semakin ketat, pabrik tahu XYZ dirasa perlu untuk menerapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saingnya. Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat memengaruhistrategi pemasaran di pabrik tahu XYZ. serta mengetahui alternatif strategi pemasaran di pabrik tahu XYZ. Ukuran sampel didapatkan menggunakan rumus slovin dengan tingkat kepercayaan 90% dan nilai galat (e) 10% maka didapat sampel sebesar 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis data dengan matriks IFE dan EFE, matriks IE, analisis SWOT, dan analisis QSPM. Hasil menunjukkan bahwa dari kekuatan terbesar yaitu bahan baku tersedia sedangkan kelemahan terbesar yaitu umur simpan yang pendek. Peluang terbesar yaitu berkembangnya teknologi dan informasi sedangkan ancaman terbesar yaitu terdapat varian rasa yang ditawarkan perusahaan lain. Berdasarkan hasil tabel matriks QSPM strategi yang paling diminati dan diprioritaskan untuk dilakukan oleh pabrik tahu XYZ yaitu Meningkatkan kualitas dan pelayanan produk dengan memanfaatkan teknologi untuk memperluas pasar dan menarik pelanggan yang potensial dengan skor TAS sebesar 7,51. Strategi kedua yang diminati berdasarkan hasil penilaian responden yaitu

Mempertahankan harga dan meningkatkan kualitas serta menjaga kontinuitas produk tahu untuk meningkatkan daya saing dari produsen tahu lain dengan hasil skor TAS sebesar 6,06.

Kata kunci: Pabrik tahu XYZ, Tahu, SWO T, Pemasaran, Matrik QSPM

ABSTRACT

MARKETING STRATEGY OF TOFU'S INDUSTRY IN BANDAR LAMPUNG (Case Study at XYZ Tofu Factory)

By

ZAINUDIN

The XYZ tofu factory is one of the industries that produce tofu. The potential of the tofu industry in the XYZ tofu factory is large enough so that competition in a business field can affect the development of the business that is being run. To cope with the increasingly fierce competition, the XYZ tofu factory felt it necessary to implement marketing strategies to increase its competitiveness. This study aims to find out the internal and external factors that can influence the marketing strategy in the XYZ tofu factory. The sample size was obtained using the slovin formula with a confidence level of 90% and an error value (e) of 10%, then a sample of 100 respondents was obtained. This study used data analysis methods with IFE and EFE matrices, IE matrices, SWOT analysis, and QSPM analysis. The results show that of the greatest strengths, the raw materials are available while the biggest weakness is the short shelf life. The biggest opportunity is the development of technology and information while the biggest threat is that there are flavor variants offered by other companies. Based on the results of the QSPM matrix table, the most popular and prioritized strategy for XYZ tofu factories is to improve product quality and service by utilizing technology to expand the market and attract potential customers with a TAS score of 7.51. The second strategy that is in demand based on the results of the respondent's assessment is to maintain prices and improve quality and maintain

the continuity of tofu products to increase the competitiveness of other tofu producers with a TAS score of 6.06.

Keywords: *XYZ tofu factory, Tofu, SWOT, Marketing, QSPM Matrix*