STRATEGI PEMASARAN PRODUK MAKANAN KHAS RIAU (BOLU KEMOJO) DI GERAI AL-MAHDI KELURAHAN KAMPUNG MELAYU KECAMATAN SUKAJADI KOTA PEKANBARU

SKRIPSI

OLEH

SILVA OKSARINDA

1554201054

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS LANCANG KUNING

PEKANBARU

2019

STRATEGI PEMASARAN PRODUK MAKANAN KHAS RIAU (BOLU KEMOJO) DI GERAI AL-MAHDI KELURAHAN KAMPUNG MELAYU KECAMATAN SUKAJADI KOTA PEKANBARU

Oleh : Silva Oksarinda

Dibimbing oleh : Ir. Niken Nurwati, M.Si, Ir. Hamdan Yasid, M.P

RINGKASAN

Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terjadi dalam pemasaran produk makanan khas Riau (Bolu Kemojo) di Gerai AL-Mahdi Kelurahan Kampung Melayu Kecamatan Sukajadi Kota Pekanbaru. (2) Mengetahui strategi yang tepat dalam pemasaran produk makanan khas Riau (Bolu Kemojo) di Gerai AL-Mahdi Kelurahan Kampung Melayu Kecamatan Sukajadi Kota Pekanbaru. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan responden menggunakan daftar pertanyaan di kuisioner dan data sekunder diperoleh dari instansi/ lembaga yang terkait dengan penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode purposive sampling dengan pengambilan sampel sebanyak 15 orang dimana diantaranya yaitu 1 orang pemilik usaha, 3 orang karyawan, 1 orang pesaing, dan 10 orang konsumen. Hasi penelitian menujukkan bahwa faktor-faktor yang didapat yaitu kekuatannya adalah : lokasi pemasaran yang strategis, produk yang mampu bersaing dengan produk lain, pengemasan yang menarik, memiliki berbagai macam rasa, harga yang terjangkau. kelemahannya adalah : memiliki tanggal kadaluarsa yang pendek, kurangnya tenaga ahli dalam pemasaran, persediaan barang yang terlalu banyak, pemasaran produk yang belum keluar dari kota pekanbaru, promosi yang masih terbatas. Peluangnya adalah : berada dikawasan ramai penduduk, jumlah konsumen yang tidak terbatas, dapat dijadikan oleh-oleh khas kota pekanbaru, permingtaan meningkat dihari raya, terjalinnya kerja sama dengan Asosiasi Indutri Pangan Riau (ASPARI), dan ancamannya adalah : munculnya usaha produk yang sejenis, menurunnya daya beli masyarakat, naiknya harga bahan baku/pokok, permintaan pasar yang tidak stabil. Strategi yang tepat dalam pemasaran bolu kemojo di Gerai AL-Mahdi ini adalah strategi Strengths-Opportunitiess (SO) yaitu memanfaatkan kekuatan untuk mendapatkan peluang