

ABSTRAK

Industri rengginang mempunyai peran yang sangat besar bagi masyarakat, akan tetapi potensi yang sangat besar tersebut belum mampu sepenuhnya diwujudkan secara optimal. Sehingga penelitian ini perlu dilakukan untuk mewujudkan dan mengembangkan potensi yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pemasaran rengginang dan untuk mengetahui strategi pemasaran rengginang cap tiga merpati di Desa Prenduan Kecamatan Pragaan. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (purposive) di Desa Prenduan Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep dengan mempertimbangkan bahwa daerah ini merupakan salah satu daerah yang berpotensi untuk pengembangan usaha agroindustri rengginang di Kabupaten Sumenep. Metode yang diterapkan dalam pengumpulan data adalah data primer dan data sekunder, data primer yaitu data yang dikumpulkan secara langsung dari responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan pengamatan langsung (observasi) dan wawancara (kusioner). Metode analisis data adalah (1) analisis usaha (2) analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dan merumuskan alternative strategi. Hasil penelitian faktor faktor-faktor internal menunjukkan bahwa bobot kekuatan lebih besar dari bobot kelemahan. Kekeuatan pada industri Cap Tiga Merpati adalah keunggulan rasa dan memiliki pelanggan tetap sedangkan kelemahan terletak pada penggunaan teknologi tradisional dan tidak menggunakan promosi. Kemudian faktor-faktor eksternal menunjukkan bahwa bobot peluang lebih besar dari bobot ancaman. Peluang yang mungkin bisa diraih dalam Industri Cap Tiga Merpati ini adalah dapat menguasai pasar. Sedangkan ancaman terbesar yang dihadapi Industri Cap Tiga Merpati adalah naiknya bahan baku. Strategi yang digunakan oleh Industri Cap Tiga Merpati adalah keunggulan rasa.

Kata Kunci : Industri, Rengginang, Strategi Pemasara, Cap Tiga Merpati, SWOT

Joko Purnomo Putra S. NIM 100321200001. Industrial Marketing Strategy Rengginang Cap Tiga Merpati. Under The Guidance Of Mrs. Dr. Mardiyah Hayati, SP. MP

ABSTRACT

Rengginang industry has a very big role for agro-industrial society, but a huge potential has not yet been able to fully realized optimally. Therefore, this research needs to be done to realize and develop the existing potential. This study aims to identify the strengths, weaknesses, opportunities and threats in the marketing rengginang and to determine marketing strategies stamp industry rengginang Tiga Merpati in the village of the District Prenduan Pragaan. Locations were selected intentionally (purposive) in the village of the District Prenduan Pragaan Sumenep taking into account that this region is one of the areas that have the potential for the development of agro-rengginang in Sumenep. The method applied in the data collection is the primary data and secondary data, primary data collected directly from respondents. Data collection techniques performed by direct observation (observation) and interview (kusioner). Methods of data analysis are (1) the analysis of business (2) a SWOT analysis to identify internal and external factors and formulate alternative strategies. The research result of factors internal factors indicate that the weight force greater than the weight of weakness. Strenght industry Cap Tiga Merpati is a superior taste and has regular customers while weakness lies in the use of traditional technology and does not use the promotion. Then the external factors indicate that the opportunities greater weight than the weight of the threat. Opportunities that may be achieved in Industrial Cap Tiga Merpati are able to dominate the market. While the greatest threat facing Industrial Cap Tiga Merpati are rising raw material. Strategies used by Industrial Cap Tiga Merpati is a superior taste.

Keywords: Industry, Rengginang, Marketing Strategy, Cap Tiga Merpati, SWOT