

**STRATEGI PEMASARAN KELOR INSTAN DAN BIJI KELOR PADA
RUMAH PRODUKSI KELORIDA DI KABUPATEN
BANTUL YOGYAKARTA**

**Oleh : Ondho Shinta Ulina Br Sijabat
Dibimbing oleh : Budiarto dan Heni Handri Utami**

ABSTRAK

Rumah Produksi Kelorida merupakan usaha yang bergerak di bidang olahan makanan dan minuman. Penelitian ini bertujuan untuk 1) Mengidentifikasi dan menganalisis bauran pemasaran yang telah diterapkan oleh Rumah Produksi Kelorida 2) Menganalisis faktor eksternal dan internal untuk mengetahui posisi usaha Rumah Produksi Kelorida 3) Menganalisis alternatif strategi yang diterapkan pada Rumah Produksi Kelorida dengan metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif sedangkan metode pelaksanaannya menggunakan studi kasus. Macam data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, kuesioner dan pencatatan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis IE (*Internal-Eksternal*) dan AHP (*Analytic Hierarchy Process*) untuk memilih pengambilan keputusan strategi yang sesuai diterapkan pada Rumah Produksi Kelorida. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) berdasarkan analisis melalui bauran pemasaran 4P Rumah Produksi Kelorida telah menjalankan kegiatan pemasaran dengan keseluruhan parameter yang dijalankan diantaranya produk (variasi, kualitas, kemasan), harga (diskon, efisiensi harga dan variasi harga), promosi (pameran, media sosial, dan hubungan masyarakat), tempat (pendistribusian, aksesibilitas dan informasi lokasi). (2) Berdasarkan hasil analisis menggunakan Matriks IE (*Internal- External*) terhadap faktor internal dan eksternal Rumah Produksi Kelorida, maka diperoleh posisi usaha Rumah Produksi Kelorida yaitu posisi tumbuh dan membangun. (3) Berdasarkan hasil dari AHP (*Analytic Hierarchy Process*), prioritas utama strategi pemasaran yang diterapkan Rumah Produksi Kelorida adalah strategi pengembangan produk.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Bauran, Internal, Eksternal, AHP.

