

RINGKASAN

Analisis Strategi Pemasaran Pada UMKM Keripik Pisang “Sari Udang” di Wilayah Kerja Kelurahan Tenggarang Kecamatan Tenggarang, Tiara Salsyabilla, NIM D3202358, Tahun 2023, Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Dr. Ir. Sri Sundari, M.Si selaku dosen pembimbing PKL.

Keripik pisang merupakan salah satu produk makanan ringan yang banyak digemari konsumen. Rasanya yang renyah dan murah harganya yang ditawarkan menjadikan produk tersebut sebagai alternatif tepat untuk menemani waktu santai anda bersama rekan dan keluarga.

Produk Keripik pisang “Sari Udang” dibuat dari bahan baku pisang nangka berkualitas, melalui tahap *quality control*, pengolahannya dilakukan secara higienis dan ditangani para ahli dibidangnya. Tidak memakai bahan bahan yang berbahaya untuk kesehatan tubuh seperti pemanis buatan, perasa buah buahan, dan pengawet kimia dengan tujuan untuk mendapatkan hasil Keripik Pisang yang berkualitas dari rasa maupun nutrisinya. Terbungkus rapi dalam kemasan plastik roll dengan *netto* seberat 150gr, sehingga tidak mudah terjadi kebocoran kemasan yang dapat menimbulkan keripik pisang menjadi lembab dan tidak renyah. Keripik pisang dalam kemasan memiliki daya tahan hingga 3 bulan dari tanggal produksi dengan ketentuan kemasan tidak bocor dan disimpan pada suhu ruangan normal. Harga Keripik Pisang “Sari Udang” ini sebesar Rp. 5.000/kemasan dengan berat 150gram.

Sistem pemasaran yang dilakukan untuk pemasaran keripik pisang “sari udang” yaitu dengan pemasaran secara langsung kepada konsumen yaitu dengan cara menjual produk langsung pada konsumen. Promosi yang dilakukan dalam pemasaran keripik pisang “Sari Udang” ini secara langsung. Penjualan secara langsung dilakukan dengan cara menawarkan produk secara langsung pada konsumen dan bisa melakukan promosi tersebut melalui media sosial.

Pada strategi pemasaran Keripik Pisang “Sari Udang” ini menggunakan alat analisis yaitu SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, dan threats*).