

ABSTRAK

Ronny Yunus 614 408 073, “Strategi Pengembangan Pemasaran Keripik Pisang Di UKM Flamboyan Kota Gorontalo”. Dibawah bimbingan Wawan Tolinggi dan Yuriko Boekoesoe.

Tujuan penelitian adalah mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan dalam pemasaran keripik pisang di UKM Flamboyan, untuk mengetahui strategi pengembangan pemasaran keripik pisang di UKM Flamboyan.

Penelitian ini dilaksanakan di UKM Flamboyan selama 2 (dua) bulan, September-November 2012. Jenis penelitian ini adalah menggunakan metode survei, dimana metode survei ini terdapat 2 jenis penelitian untuk mengambil data yaitu data primer dan data sekunder. Teknik analisa data menggunakan analisis SWOT dalam pengelolaan analisis deskriptif secara kualitatif, dengan menentukan strategi pengembangannya.

Hasil penelitian menunjukkan, strategi yang dapat dimanfaatkan UKM Flamboyan adalah startegi (**S-O**) : (1). Pengembangan produk sesuai keinginan pasar dan mempertahankan kualitas produk keripik pisang. (2). Memperluas wilayah pemasaran. Strategi (**W-O**) : (1). Perlu memperbaiki sistem manajemen usaha, menambah jumlah SDM dengan mengusahakan pengembangan dan pelatihan. (2). Perlu memperbaiki kemasan produk. Strategi (**S-T**) : (1). Melakukan diferensiasi produk dan meningkatkan kualitas produk dan citra usaha untuk menciptakan keunggulan diantara pesaing. (2). Melakukan promosi tentang keunggulan dan kualitas produk. Strategi (**W-T**) : (1). Melakukan riset dan mengembangkan agar produk yang dijual tidak ketinggalan dari pesaing. (2). Mengatur pengelolaan keuangan usaha.

Kata Kunci : Strategi Pengembangan, Pemasaran Keripik Pisang, UKM Flamboyan