

## **ABSTRAK**

**Ervandi Buruji 614 408 016, “Strategi Pemasaran Keripik Pisang Keju Di UKM Qalifa Kota Gorontalo”. Dibawah bimbingan Asda Rauf dan Amelia Murtisari.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ancaman dan kelemahan pada pemasaran keripik pisang keju di UKM Qalifa, dan untuk mengetahui strategi pemasaran keripik pisang keju di UKM Qalifa. Penelitian ini dilaksanakan di UKM Qalifa selama 3 (tiga) bulan, April sampai Juni Tahun 2013. Jenis penelitian ini adalah menggunakan metode survei, dengan data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

Hasil penelitian menunjukkan, faktor eksternal dan internal pada pemasaran produk keripik pisang keju meliputi (1) aspek produk, segi kemasannya masih dalam bentuk sederhana, (2) aspek harga, masih terbilang mahal jika di bandingkan dengan harga keripik yang sama dari UKM lain, (3) aspek tempat, masih menyatu dengan rumah, belum adanya papan pengenalan tempat usaha dan lokasi rumah berada di posisi agak rendah, sehingga jika musim hujan rawan banjir. (4) aspek promosi, tidak memperkenalkan produk dengan cara membuat brosur/liflet.

Strategi pemasaran UKM Qalifa dapat dipandang dari aspek harga berusaha untuk dapat dijangkau dengan jaminan kualitas produk dapat di pertahankan atau ditingkatkan, memperbaiki kemasan sesuai standar kesehatan, aspek tempat diusahakan secara perlahan-lahan memiliki tempat khusus serta meningkatkan upaya promosi melalui pembuatan liflet/brosur.

**Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, SWOT**