

**STRATEGI PEMASARAN  
PRODUK ABON ROA DI KOTA MANADO**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat  
Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya Markketing (AMd.M)  
Pada Program Studi Manajemen Pemasaran

Oleh

**Misye Marharini Maneking**

**Nim,19052041**



**POLITEKNIK NEGERI MANADO  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN  
2022**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
HALAMAN JUDUL DALAM.....	i
ABSTRAK.....	ii
MOTTO.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN.....	vi
LEMBAR KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	vii
BIOGRAFI.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Pembatasan Masalah.....	3
1.4 Perumusan Masalah.....	3
1.5 Tujuan Masalah.....	3
1.6 Manfaat Masalah.....	4
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN.....	5
2.1 Landasan Teori.....	5
2.2 Hasil Penelitian Relevan.....	15
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian.....	20
3.2 Jenis Dan Sumber Data.....	20
3.3 Pengumpulan Data.....	20

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	21
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	21
4.1.1 Logo .....	21
4.1.2 Sejarah .....	21
4.1.3 Visi Dan Misi .....	22
4.1.4 Struktur Organisasi .....	22
4.1.4.1 Uraian Tugas .....	23
4.1.5 Sumber Daya .....	24
4.1.5.1 Jumlah Pegawai Berdasarkan Jenis Kelamin .....	24
4.1.5.2 Jumlah Pegawai Berdasarkan Usia .....	25
4.2 Hasil Penelitian .....	25
4.3 Pembahasan .....	26
4.3.1 Analisis SWOT .....	26
4.3.2 Strategi Pemasaran Online .....	29
 BAB V PENUTUP .....	 33
5.1 Kesimpulan .....	33
5.2 Saran .....	34
DAFTAR PUSTAKA .....	35

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **2.1.1 Latar Belakang**

Persaingan usaha yang kompetitif saat ini, menuntut setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan kompetisi dalam persaingan pasar akan memberikan perhatian penuh pada strategi pemasaran yang di jalankannya. Produk yang di pasarkan di buat melalui suatu proses yang berkualitas yaitu dengan kemasan yang baik dan mampu bersaing dengan produk lain sehingga disebut berkualitas akan memiliki sejumlah keistimewaan yaitu produk abon roa rasa rendang yang masih kurang di kota manado dan yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen atas penggunaan produk tersebut. Dengan demikian pelanggan mau rela untuk kembali menikmati apa yang di tawarkan oleh perusahaan dan menjadi pelanggan yang setia bagi perusahaan. Oleh karena itu, dalam proses pendistribusian barang kepada konsumen harus ada perhatian penuh manajemen pemasaran paling atas hingga karyawan level bawah.

Terjadinya perubahan ekonomi di dalam kehidupan masyarakat saat ini yang berupa perubahan pendapatan, selera, daya beli dan kebutuhan yang terus terjadi harus dapat dijadikan pelajaran oleh manajemen pemasaran agar dapat secara proaktif mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi baik masa sekarang dan masa akan datang. Kemajuan teknologi dan informasi saat ini menyebabkan banyaknya perubahan ke arah yang lebih praktis dan efisien. Dampak dari perubahan tersebut dapat dilihat pada perubahan gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat, khususnya dalam mengkonsumsi makanan dan minuman.

Usaha Mikro kecil dan menengah merupakan salah satu komponen dari sektor industry pengolahan yang mempunyai sumbangan cukup besar dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan pemerataan pendapatan di Indonesia. Usaha Mikro Kecil Dan Menengah umumnya merupakan usaha rumaha tangga yang sebagian besar masih bercampur dengan tempat tinggalnya, dan masih memerlukan pembinaan

yang terus-menerus agar masalah yang di hadapi seperti masalah bahan baku, permodalan, pemasaran dan pengolahan dapat segera diatasi.

Salah satu masalah pokok yang menjadi kendala dalam pemasaran adalah banyaknya saingan dari produk abon rasa yang lain. Hal tersebut merupakan tanggung jawab besar yang harus di raih oleh suatu UMKM jika ingin tetap eksis di dalam persaingan bisnis. Saat ini banyak makanan yang di buat dalam bentuk cepat saji ataupun di kemas dalam sebuah kemasan, contohnya adalah abon roa rasa rendang.

Usaha pengolahan abon roa rasa rendang di perumahan GPI kota Manado Sulawesi Utara telah mulai banyak di lirik oleh masyarakat karena fungsinya sebagai lauk-pauk, bahan pelengkap untuk kue, dan juga sebagai buah tangan oleh wisatawan yang datang berkunjung. Kota Manado merupakan salah satu daerah Sulawesi utara yang potensial dalam pengelolaan usaha abon roa rasa rendang, sebab wilayah kota manado yang sebagian besar wilayahnya potensial dalam pengelolaan sumber daya laut atau perikanan, sehingga sangat produktif untuk pengelolaan barang yang bahan bakunya adalah ikan khususnya ika roa.

Pengolahan ikan roa menjadi abon ikan roa merupakan salah satu alternatif pemanfaatan sumber daya perikanan untuk memperoleh nilai tambah. Abon sebagai suatu jenis makanan kering berbentuk khas yang terbuat dari ikan yang di keringkan, di hancurkan, di bumbu, di goreng dan di proses. Pembuatan abon roa menjadi alternative pengolahan ikan dalam rangka penganekaragaman produk perikanan dan mengantisipasi melimpahnya tangkapan ikan dimasa depan.

Karen Kitchen merupakan salah satu industry yang memproduksi abon ikan yang berbahan dasar ikan roa. Karen Kitchen yang berlokasi di perumahan GPI Kota Manado, sehingga untuk mendapatkan bahan baku ika Roa dapat di peroleh dengan mudah karena lokasinya dekat dengan pasar. Usaha Abo roa rasa rendang para Karen Kitchen terbentuk sejak 2 tahun yang lalu tepatnya tahun 2020. Pesaing utama yang di hadapi oleh Karen Kitchen dalam memasarkan produknya adalah banyaknya usaha pembuatan abon roa rasa rendang di kota manado yang mempunyai berbagai varian rasa dan strategi pemasaran yang di lakukan melalui media social. Menghadapi persaingan tersebut, maka perlu di rumuskan suatu

strategi dengan memperhatikan faktor internal dan eksternal perusahaan yang mengacu pada bauran pemasaran.

### **2.1.2 Identifikasi Masalah**

Adapun beberapa masalah yang ditemukan dalam Analisis strategi Pemasaran mencakup beberapa hal sebagai berikut:

1. Kurangnya promosi lewat media online terbaru seperti tik-tok dan Instagram

### **2.1.3 Pembatasan Masalah**

Pembatasan persoalan pada analisis strategi pemasaran produk abon roa sebagai berikut:

1. Penelitian di lakukan di Karen Kitchen GPI berfokus pada strategi pemasaran berfokus pada startegi pemasaran kurangnya promosi di media social

### **2.1.4 Perumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah pada Analisis strategi pemasaran ini mencakup beberapa hal sebagai berikut:

1. Apakah dengan menggunakan media social seperti tiktok dan Instagram dapat meningkatkan penjualan di Karen Kitchen

### **2.1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian produk abon roa adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran apa saja yang di gunakan di Karen Kitchen
2. Untuk mengetahui media social apakah yang telah digunakan dalam penjualan di karen Kitchen

### **2.1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari Penelitian adalah sebagai berikut:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam wawasan konsep mengenai strategi pemasaran yang dapat di terapkan di Karen Kitchen

#### **2. Manfaat Praktis**

- a. Sebagai bahan masukan kepada Karen Kitchen dalam menentukan kebijakan menyangkut strategi pemasaran yang dapat di terapkan dalam menjalankan usaha pembuatan abon roa rasa rendang.
- b. Bagi peneliti, penelitian ini dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi peneliti tentang strategi pemasaran
- c. Bagi pihak lain, hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan masukan dan tambahan pengetahuan serta sumber wacana bagi pembaca yang berminat pada pembahasan yang mengenai permasalahan pemasaran sebagai referensi dalam penelitian pemasaran di masa yang akan datang