

**STRATEGI PEMASARAN JAMBU KRISTAL DI CV. WANA BEKTI
HANDAYANI DESA KRIKILAN, KECAMATAN MASARAN,
KABUPATEN SRAGEN, JAWA TENGAH**

Oleh: Nimas Ayu Kusumadewi Puriningsih

Dibimbing oleh: Indah Widowati dan Agus Santosa

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk (1) menganalisis strategi pemasaran jambu kristal di CV. Wana Bekti Handayani menurut matriks SWOT dan (2) menganalisis strategi yang tepat diterapkan di CV. Wana Bekti Handayani menurut QSPM. Metode dasar yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Metode pelaksanaan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode studi kasus. Metode penentuan responden yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi, wawancara terpadu (koesioner), studi pustaka, dokumentasi. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kualitatif dan kuantitatif. Berdasarkan hasil analisis SWOT diketahui rata-rata strategi SO adalah 0,3; rata-rata strategi WO adalah 0,29; rata-rata strategi ST adalah 0,27; dan rata-rata strategi WT adalah 0,25. Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat disimpulkan strategi perusahaan berada pada strategi SO. Hasil analisa matriks QSPM tahun 2018 menunjukkan TAS pada Strategi 1 (penetreasi pasar) yaitu 7.13 lebih besar daripada Strategi 2 (pengembangan produk) yaitu 5.88

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Jambu Kristal, matriks SWOT, matriks QSPM

**MARKETING STRATEGY OF PSIDIUM GUAJAVA IN CV. WANA BEKTI
HANDAYANI KRIKILAN VILLAGE, MASARAN SUB-DISTRICT, SRAGEN
REGENCY, CENTRAL JAVA**

By: Nimas Ayu Kusumadewi Puriningsih

Supervised by: Indah Widowati and Agus Santosa

ABSTRACT

The aim of this research was to (1) analyze the marketing strategy of Psidium Guajava in CV. Wana Bakti Handayani according to SWOT matrix and (2) to analyze the exact strategy implemented in CV. Wana Bakti Handayani according to QSPM. This research used a descriptive qualitative method. The implementing method used in this research was case study. The determining method of the respondents used in this research was purposive sampling method. The data gathering technique used are observations, integrated interviews (questionnaire), literature studies, and documentation. The data analysis technique used are qualitative and quantitative analysis. Based on the SWOT analysis, the average SO strategy of SWOT was 0,3; the average of WO strategy was 0,29; the average of ST strategy was 0,27; and the average of WT strategy was 0,25. Based on the calculation, it can be concluded that the company used the SO strategy. The result of QSPM matrix analysis in 2018 showed that TAS in Strategy 1 (market penetration) was bigger than Strategy 2 (product development), which was 5,88.

Keywords: Marketing Strategy, Psidium Guajava, SWOT matrix, QSPM matrix