

**Muhamad Alvan Ganesha.** 2024. Strategi Pemasaran Wedang Uwuh Pada UMKM Cepuri Ngiras Nyawiji di Kecamatan Panjatan, Kabupaten Kulon Progo. Di bawah arahan Indah Widowati.

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran wedang uwuh pada UMKM Cepuri Ngiras Nyawiji. (2) Menganalisis alternatif strategi pemasaran bagi UMKM Cepuri Ngiras Nyawiji. (3) Menganalisis strategi yang paling tepat bagi UMKM Cepuri Ngiras Nyawiji. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan metode penentuan lokasi secara *purposive* dan pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan merupakan data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan, wawancara, kuesioner, studi pustaka dan dokumentasi. Metode analisis data menggunakan Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE), *External Factor Evaluation* (EFE), Matriks Internal Eksternal (IE), Matriks *Strength, Weakness, Opportunities, Threats* (SWOT), dan *Quantitative Strategic Planing Matrix* (QSPM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Faktor internal kekuatan yaitu produk yang berkualitas, produk memiliki legalitas PIRT, BPOM, dan Halal, produk memiliki umur simpan hingga 8 bulan, sedangkan faktor kelemahan yaitu ketersediaan bahan baku yang tidak tetap. Faktor eksternal peluang yaitu teknologi internet yang memudahkan promosi dan penjualan online serta peluang untuk inovasi produk, sedangkan pada ancaman yaitu adanya kompetitor yang menjual produk sejenis, produk kompetitor lain dengan harga yang lebih murah, produk UMKM lain yang lebih inovatif dan Permintaan produk menurun dan selera konsumen yang berubah-ubah. 2) Alternatif strategi yang digunakan yaitu mempertahankan dan menjaga kualitas produk, memaksimalkan pemasaran melalui media sosial dan *marketplace*, memanfaatkan fasilitas dan dukungan yang diberikan oleh pemerintah untuk meningkatkan kinerja UMKM. 3) Strategi yang paling tepat bagi UMKM Cepuri Ngiras Nyawiji adalah penetrasi pasar.

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

**Muhamad Alvan Ganesha.** 2024. *Marketing Strategy of Wedang Uwuh at Cepuri Ngiras Nyawiji MSMEs in Panjatan District, Kulon Progo Regency. Supervised by Indah Widowati.*

### **ABSTRACT**

*This study aims to (1) Analyze internal and external factors that affect business marketing strategies in Cepuri Ngiras Nyawiji MSMEs. (2) Analyze alternative marketing strategies for Cepuri Ngiras Nyawiji MSMEs. (3) Analyzing the most appropriate strategy for UMKM Cepuri Ngiras Nyawiji. The research method uses descriptive quantitative method with purposive location determination method and sampling using purposive sampling method. The types of data used are primary data and secondary data. Data collection methods using, interviews, questionnaires, literature studies and documentation. The data analysis method uses the Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix, External Factor Evaluation (EFE), Internal External Matrix (IE), Strength, Weakness, Opportunities, Threats (SWOT) Matrix, and Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). The results showed that 1) Internal strength factors are quality products, products have PIRT, BPOM, and Halal legality, products have a shelf life of up to 8 months, while weakness factors are the availability of raw materials that are not fixed. External factors are opportunities, namely internet technology that facilitates online promotion and sales and opportunities for product innovation, while the threats are competitors who sell similar products, other competitors' products at lower prices, other MSME products that are more innovative and Product demand is decreasing and consumer tastes are changing. 2) Alternative strategies used are maintaining and maintaining product quality, maximizing marketing through social media and marketplaces, utilizing facilities and support provided by the government to improve the performance of MSMEs. 3) The most appropriate strategy for Cepuri Ngiras Nyawiji MSMEs is market penetration.*

**Keywords:** *Marketing Strategy, MSMEs, SWOT, QSPM*