

Noviana Tri Utami. 2024. Strategi Pemasaran Keripik Tempe Sagu Aliya di Dusun Dukuh Kalurahan Seloharjo Kapanewon Pundong Kabupaten Bantul. Di bawah arahan Ni Made Suyastiri Yani Permai.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran pada keripik tempe sagu Aliya (2) Menganalisis alternatif strategi pemasaran berdasarkan analisis *Internal External* (IE) pada Keripik Tempe Sagu Aliya (2) Menganalisis keputusan strategi yang tepat untuk pemasaran produk keripik tempe sagu Aliya berdasarkan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (*QSPM*). Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif-studi kasus. Metode penentuan responden menggunakan *purposive* dan terdapat 7 responden terpilih. Macam data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data berupa observasi, *FGD*, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan adalah matriks *IFE* dan *EFE*, metode *IE*, dan metode *QSPM*. Hasil penelitian (1) Kekuatan utama keripik tempe sagu Aliya yaitu memiliki izin P-IRT dan kelemahan yaitu belum memiliki manajemen pengolahan data serta peluang utama yaitu permintaan meningkat pada hari besar dan ancaman perubahan selera konsumen. (2) Alternatif strategi pemasaran keripik tempe sagu Aliya yaitu menjalin kerjasama dengan distributor yang potensial untuk menambah pangsa pasar, melakukan kegiatan promosi melalui pemanfaatan teknologi untuk menarik pelanggan potensial, dan meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan daya saing. (3) Keputusan alternatif strategi yang tepat untuk pemasaran produk keripik tempe sagu berdasarkan *QSPM* yaitu strategi menjalin kerjasama dengan distributor yang potensial untuk menambah pangsa pasar. Berdasarkan hasil *QSPM* strategi menjalin kerjasama dengan distributor yang potensial untuk menambah pangsa pasar mendapatkan skor 5,84.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Internal Eksternal, *QSPM*

Noviana Tri Utami. 2024. The Marketing Strategy of Keripik Tempe Sagu Aliya in Dusun Dukuh, Kalurahan Seloharjo, Kapanewon Pundong, Kabupaten Bantul. Supervised by Ni Made Suyastiri Yani Permai.

ABSTRACT

This study aimed to (1) Identify internal and external factors that affect marketing strategies on Keripik Tempe Sagu Aliya (2) Analyze the alternative marketing strategies based on Internal External (IE) analysis on Keripik Tempe Sagu Aliya (2) Analyze the right strategy decisions for the marketing of Keripik Tempe Sagu Aliya products based on Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). The research method that has been employed is the descriptive-case study method. The respondents were selected using purposive sampling, with a total of 7 participants. The type of data utilized included both primary and secondary sources. The data collection methods included observation, FGDs, interviews, questionnaires, and documentation. The analysis techniques were IFE and EFE matrices, IE methods, and QSPM methods. The findings of the study indicate that (1) The primary strength of Keripik Tempe Sagu Aliya was having a P-IRT license, while the weakness was the absence of data management system. The main opportunity was the increased demand during major holidays, while the threat relied on the change in consumer tastes (2) The alternative marketing strategies for Aliya's sago tempeh chips included collaborating with potential distributors to expand market share, conducting promotional activities through technology to attract potential customers, and improving product quality to enhance competitiveness (3) The appropriate alternative strategy decision for marketing sago tempeh chips based on the QSPM was to collaborate with potential distributors to expand market share. According to the QSPM results, the strategy of collaborating with potential distributors to expand market share received a score of 5.84.

Keywords: *Marketing Strategy, Internal External, QSPM*