

Fatya Virnanda Sasetyawati. 2024. Strategi Pemasaran Produk “Jamur Priyayi” Pada UMKM Oemah Djamur Sawah Di Kemudo Prambanan Klaten. Dibimbing Oleh Dwi Aulia Puspitaningrum

ABSTRAK

Penelitian dilakukan pada UMKM Oemah Djamur Sawah yang berlokasi di Desa Kemudo, Prambanan, Klaten. Penelitian ini bertujuan untuk 1) menganalisis posisi produk Jamur Priyayi pada siklus hidup produk; 2) menganalisis faktor internal dan eksternal UMKM Oemah Djamur Sawah; 3) menentukan alternatif strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan keripik jamur “Jamur Priyayi” UMKM Oemah Djamur Sawah. Metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode pelaksanaan penelitian studi kasus. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu *Focus Group Discussion* (FGD), wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan metode *Polly & cook*, matriks Evaluasi Faktor Internal (EFI), matriks, Evaluasi Faktor Eksternal (EFE), dan Matriks *Strength, Weakness, Opportunity, Threat* (SWOT). Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) produk Jamur Priyayi UMKM Oemah Djamur Sawah berada pada tahap pertumbuhan; 2) Faktor internal yang memiliki skor tertinggi bagi UMKM Oemah Djamur Sawah pada faktor kekuatan yaitu usaha telah memiliki pelanggan tetap serta faktor kelemahan kurangnya pemanfaatan media *online* dalam memasarkan produk. Faktor eksternal yang memiliki skor tertinggi bagi UMKM Oemah Djamur Sawah pada faktor peluang yaitu minat masyarakat membeli produk sebagai cemilan dan oleh – oleh, serta faktor ancaman pesaing memasarkan produk dengan metode yang lebih variatif; 3) alternatif strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan penjualan jamur priyayi UMKM Oemah Djamur Sawah yaitu strategi pemasaran yang agresif melalui pemasaran secara digital, *brand activation*, serta penambahan saluran distribusi.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Keripik Jamur, Siklus Hidup Produk

Fatya Virnanda Sasetyawati. 2024. *Marketing Strategy for "Priyayi Mushrooms" Products at UMKM Oemah Djamur Sawah in Kemudo Prambanan Klaten.* Supervised by Dwi Aulia Puspitaningrum

ABSTRACT

The research was conducted on UMKM Oemah Djamur Sawah located in Kemudo Village, Prambanan, Klaten. This research aimed to 1) analyze the position of Priyayi Mushroom product on the product life cycle; 2) analyze the internal and external factors of UMKM Oemah Djamur Sawah; 3) determine alternative marketing strategies to increase sales of mushroom chips "Priyayi Mushroom" UMKM Oemah Djamur Sawah. The research method used a type of quantitative descriptive research with a case study research implementation method. The types of data are used primary and secondary data. Data collection used Focus Group Discussion (FGD), interviews, observations, and documentation. The analysis technique used the Polly & cook method, Internal Factor Evaluation (EFI) matrix, External Factor Evaluation (EFE), and Strength, Weakness, Opportunity, Threat (SWOT) matrix. The results showed that 1) the Priyayi Mushroom product of UMKM Oemah Djamur Sawah is at the growth stage; 2) Internal factors that had the highest score for UMKM Oemah Djamur Sawah on the strength factor is the business already has regular customers and the weakness factor is the lack of use of online media in marketing products. External factors that had the highest score for UMKM Oemah Djamur Sawah on opportunity factor is public interest in buying products as snacks and souvenirs, as well as threat factor is competitors to market products with more varied methods; 3) alternative strategies that could be applied to increase sales of priyayi mushrooms UMKM Oemah Djamur Sawah are aggressive marketing strategies through digital marketing, brand activation, and additional distribution channels.

Keywords: *Marketing Strategy, Mushrooms Chips, Product Life Cycle*