

Cattleya Nurriska Zaen. 2024 Analisis Strategi Pemasaran Produk UMKM MHM Snack Desa Jogotirto Kapanewon Berbah Kabupaten Sleman. Dibawah arahan Antik Suprihanti.

## ABSTRAK

Salah satu usaha produk olahan pisang adalah UMKM MHM Snack, yang belum memiliki branding produk yang kuat. Hal ini dibuktikan dari jumlah pengikut instagram dan penjualan produk yang naik turun, sehingga UMKM MHM Snack memerlukan strategi pemasaran, agar produk dikenal masyarakat secara luas, dan penjualan produk meningkat. Tujuan penelitian ini adalah (1) Menganalisis faktor internal dan faktor eksternal, (2) Menganalisis strategi pemasaran dengan analisis SWOT, (3) Menganalisis strategi pemasaran yang tepat dengan metode analisis QSPM. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif dan jenis penelitian kuantitatif, dengan penentuan lokasi dan pengambilan responden menggunakan *Purposive*. Metode Pengambilan data melalui observasi, wawancara, *Focus Group Discussion* (FGD), dan dokumentasi. Metode analisis data menggunakan analisis SWOT dan analisis QSPM. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa (1) Faktor internal kekuatan adalah menggunakan bahan baku yang berkualitas dan memiliki pemasok bahan baku tetap, sedangkan faktor internal kelemahan adalah kurangnya promosi produk secara *online* maupun *offline*. Faktor eksternal peluang adalah menggunakan teknologi internet untuk memudahkan promosi penjualan online, mengikuti event/pameran UMKM dan mendapatkan pelatihan dan pendampingan dari pemerintah daerah, sedangkan faktor eksternal ancaman adalah produk pesaing dengan kualitas yang lebih baik. (2) Pada matriks SWOT berada di posisi kuadran I yang artinya situasi yang menguntungkan dan mendapatkan nilai tertinggi adalah SO. Selain itu, matriks IE berada posisi sel I yang artinya kuat. (3) Pada tahap pengambilan keputusan strategi pemasaran promosi di media sosial dan *e-commerce* yang menarik. UMKM MHM Snack dapat memaksimalkan media sosial dengan melakukan promosi yang menarik melalui perencanaan konten, agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

Kata Kunci : Pisang, Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Analisis QSPM

Cattleya Nurriska Zaen. 2024. *Analysis of product UMKM MHM Snack Marketing Strategy in Jogotirto Village, Berbah District, Sleman Regency. Supervised by Antik Suprihanti.*

### **ABSTRACT**

*One of the processed banana product businesses, namely MHM Snack MSME, does not have strong product branding. This is evidenced by the number of instagram followers and product sales that go up and down, so that UMKM MHM Snack needs a marketing strategy, so that products are widely recognized by the public and product sales increase. The objectives of this study are (1) Analyzing internal factors and external factors. (2) Analyzing marketing strategies with SWOT analysis. (3) Analyzing the right marketing strategy with the QSPM analysis method. This research uses a descriptive approach and quantitative research type, with the determination of location and respondent retrieval using Purposive. Data collection methods through observation, interviews, Focus Group Discussion (FGD), and documentation. The data analysis method uses SWOT analysis and QSPM analysis. The results showed that (1) Internal factors of strength are using quality raw materials and having fixed raw material suppliers, while internal factors of weakness are the lack of product promotion online and offline. External factors of opportunity are using internet technology to facilitate online sales promotion, participating in MSME events/exhibitions and getting training and assistance from the local government, while external factors of threat are competing products with better quality. (2) The SWOT matrix is in quadrant I position, which means that the situation is favorable and the highest value is SO. In addition, the IE matrix is in cell position I which means strong. (3) At the decision-making stage of promotional marketing strategies on social media and attractive e-commerce. MHM Snack MSME can maximize social media by conducting attractive promotions through planning content, in order to achieve the desired goals.*

*Keywords: Banana, Marketing Strategy, SWOT Analysis, QSPM Analysis*