

Muhammad Bayu Dirgantara. 2025. Analisis Strategi Pemasaran Bolen Pisang Pada UMKM Bolen Kage Di Kemantren Kotagede Kota Yogyakarta. Dibawah arahan Indah Widowati.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Menganalisis faktor internal dan faktor eksternal pada UMKM Bolen Kage, (2) Menganalisis alternatif strategi pemasaran yang diterapkan pada UMKM Bolen Kage, (3) Menganalisis strategi pemasaran yang tepat pada UMKM Bolen Kage. Metode penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan analisis deskriptif. Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian studi kasus. Metode pengambilan responden dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan merupakan data primer dan sekunder. Metode pengambilan data menggunakan FGD, observasi, wawancara, kuisioner, dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan adalah matriks IFAS, matriks EFAS, IE, SWOT, dan QSPM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Faktor kekuatan utama yaitu bolen berkualitas telah memiliki perizinan PIRT dan Halal, memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Faktor kelemahan utama yaitu kapasitas produksi yang terbatas. Faktor peluang utama yaitu bahan baku mudah didapat. Faktor ancaman utama yaitu Keterbatasan *supplier* atau penyedia jasa teknisi (2) Alternatif strategi pemasaran UMKM Bolen Kage adalah menjaga dan meningkatkan kualitas produk, membuat inovasi produk, dan melakukan ekspansi pasar melalui *event* dan pameran. (3) Prioritas strategi pemasaran yang tepat adalah membuat inovasi produk.

Kata Kunci : Analisis SWOT, Analisis QSPM, Roti Bolen, Strategi Pemasaran

Muhammad Bayu Dirgantara. 2025. *Analysis of Banana Bolen Marketing Strategy at Bolen Kage in Kotagede Sub-district, Yogyakarta City. Supervised by Indah Widowati.*

ABSTRACT

This study aims to (1) analyze the internal and external factors of UMKM Bolen Kage, (2) analyze alternative marketing strategies implemented by UMKM Bolen Kage, and (3) analyze the most appropriate marketing strategy for UMKM Bolen Kage. This research uses a quantitative approach with descriptive analysis. This type of research is a case study research type. The location selection method uses the case study method. Respondents were selected using purposive sampling. The types of data used are primary and secondary data. Data collection methods include FGD, observation, interviews, questionnaires, and documentation. The analytical techniques used are IFAS matrix, EFAS matrix, IE, SWOT, and QSPM. The results show that (1) the main strength factors are that the high-quality bolen products have obtained PIRT and Halal certification and provide the best service to consumers. The main weakness factor is the limited production capacity. The main opportunity factor is that raw materials are easy to obtain. The main threat factor is oven maintenance due to continuous production. (2) The alternative marketing strategies for UMKM Bolen Kage are maintaining and improving product quality, creating product innovations, and expanding the market through events and exhibitions. (3) The top priority marketing strategy is to create product innovations.

Keywords : Bolen Bread, Marketing Strategy, SWOT Analysis, QSPM Analysis