

Rahmayani Melinia. 2025. Analisis Strategi Pemasaran Gula Batu Kristal di UMKM “Gendis Sari Abadi” Kapanewon Pleret Kabupaten Bantul. Di bawah arahan Budiarto dan Ni Made Suyastiri Yani Permai

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengidentifikasi faktor lingkungan internal dan eksternal di UMKM Gendis Sari Abadi, (2) Menganalisis strategi pemasaran yang terbaik pada produk gula batu kristal di UMKM Gendis Sari Abadi. Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif dengan metode penelitian berupa studi kasus. Metode penentuan responden menggunakan teknik *purposive*. Data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder. Metode pengambilan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, *Focus Group Discussion* (FGD), kuesioner, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE), matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE), matriks Internal Eksternal (IE), matriks *Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats* (SWOT), dan *Quantitative Strategic Planing Matrix* (QSPM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Analisis faktor lingkungan internal, kekuatan utama yaitu produk gula batu kristal memiliki tingkat kekerasan yang baik dan produk memiliki umur simpan panjang yaitu hingga 6 bulan, sedangkan kelemahan utama yaitu promosi masih jarang dilakukan terutama secara *online*. Analisis faktor eksternal, peluang utama yaitu minat masyarakat mengonsumsi minuman menggunakan gula batu, sedangkan ancaman utama yaitu terdapat beberapa pesaing yang menjual produk sejenis. (2) Strategi pemasaran yang terbaik untuk dilaksanakan UMKM Gendis Sari Abadi yaitu aktif mengikuti pameran dan memaksimalkan penggunaan *digital marketing* seperti *marketplace* dan sosial media untuk promosi dan penjualan produk.

Kata Kunci : Faktor Lingkungan Internal dan Eksternal, Gula Batu Kristal, Strategi Pemasaran

Rahmayani Melinia. 2025. *Marketing Strategy Analysis of Crystal Rock Sugar at MSME “Gendis Sari Abadi” Kapanewon Pleret, Bantul Regency. Supervised by Budiarto and Ni Made Suyastiri Yani Permai*

ABSTRACT

This study aims to (1) identify the internal and external environmental factors of the Gendis Sari Abadi MSME, and (2) analyze the most effective marketing strategy for crystal rock sugar products at Gendis Sari Abadi MSME. This research uses a descriptive quantitative approach with a case study method. Respondents were selected using a purposive sampling technique. The data used in this study consist of both primary and secondary data. Data collection methods include observation, interviews, focus group discussions (FGD), questionnaires, and documentation. The data were analyzed using the Internal Factor Evaluation (IFE) matrix, External Factor Evaluation (EFE) matrix, Internal-External (IE) matrix, Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT) matrix, and Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). The results show that (1) the internal environmental analysis identifies the main strength as the crystal rock sugar product having good hardness and a long shelf life of up to six months, while the main weakness is the lack of promotion, especially online. The external environmental analysis reveals that the main opportunity is the public's interest in consuming beverages with rock sugar, while the main threat is the presence of several competitors offering similar products. (2) The most suitable marketing strategy for Gendis Sari Abadi MSME is to actively participate in exhibitions and maximize the use of digital marketing through marketplaces and social media for product promotion and sales.

Keywords: *Internal and External Environmental Factors, Crystal Rock Sugar, Marketing Strategy*