

ABSTRAK

UMKM Boneka Adi adalah salah satu pengrajin boneka yang ada di Kampung Mekarjaya. Persaingan antara pengrajin sudah sangat lumrah bahkan demi produk yang ia produksi dan akan dijual ke toko harus menurunkan harga yang telah ditawarkan oleh pihak pengrajin. Selain itu apa saja faktor internal dan eksternal dalam UMKM Boneka Adi serta membandingkan UMKM Boneka Adi dengan pesaing lalu menganalisis strategi alternatif untuk UMKM Boneka Adi. Maka dari itu penelitian ini di pilih dengan tujuan memberikan informasi kepada pihak terkait untuk mengetahui berbagai macam strategi pemasaran yang dapat dilakukan. Metode SWOT digunakan untuk mengetahui apa saja faktor internal dan eksternal yang ada pada UMKM Boneka Adi serta untuk merumuskan strategi alternatif yang nanti di analisis menggunakan QSPM. Ada 5 faktor kekuatan dan 4 faktor kelemahan serta 4 peluang dan 4 ancaman pada UMKM Boneka Adi. Kemudian UMKM Boneka Adi memiliki nilai paling rendah diantara pesaingnya dengan total skor sebesar 2,262. Strategi alternatif yang dapat diterapkan UMKM Boneka Adi adalah memperluas pangsa pasar dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi.

Kata Kunci: Boneka, Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, UMKM

ABSTRACT

UMKM Boneka Adi is one of the doll craftsmen in Mekarjaya Village. Competition between craftsmen is very common, even for the sake of the products he produces and will sell to the store, he must reduce the price offered by the craftsmen. In addition, what are the internal and external factors in the Adi Doll UMKM and comparing the Adi Doll UMKM with competitors and then analyzing alternative strategies for the Adi Doll UMKM. Therefore, this research was chosen with the aim of providing information to related parties to find out the various marketing strategies that can be carried out. The SWOT method is used to determine what internal and external factors exist in UMKM Boneka Adi and to formulate alternative strategies which are later analyzed using QSPM. There are 5 strength factors and 4 weakness factors as well as 4 opportunities and 4 threats in UMKM Boneka Adi. Then UMKM Boneka Adi has the lowest score among its competitors with a total score of 2,262. An alternative strategy that can be implemented by UMKM Boneka Adi is to expand market share by utilizing social media as a promotional tool.

Keyword: Doll, SWOT Analysis, Marketing Strategi, UMKM