

**ANALISIS SWOT TERHADAP PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN
PADA UMKM DESA PRIMA SELOPAMIRO KAPANEWON IMOGIRI
KABUPATEN BANTUL**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

MIKALIS TUA PANIAWAN

20/21935/EP

JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN

FAKULTAS PERTANIAN

INSTITUT PERTANIAN STIPER

YOGYAKARTA

2024

**ANALISIS SWOT TERHADAP PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN
PADA UMKM DESA PRIMA SELOPAMIORO KAPANEWON IMOGIRI
KABUPATEN BANTUL**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

MIKALIS TUA PANIAWAN

20/21935/EP

JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN

FAKULTAS PERTANIAN

INSTITUT PERTANIAN STIPER

YOGYAKARTA

2024

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS SWOT TERHADAP PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN
PADA UMKM DESA PRIMA SELOPAMIRO KAPANEWON IMOIRE
KABUPATEN BANTUL**

Disusun Oleh

MIKALIS TUA PANIAWAN

20/ 21935/EP

Telah dipertanggungjawabkan didepan Dosen Penguji Program Studi Agribisnis,
Fakultas Pertanian, Institut Pertanian STIPER Yogyakarta

Pada Tanggal 9 Agustus 2024

Mengetahui,

Dosen Pembimbing 1



Istiti Purwandari SP,MP

Dosen Pembimbing 2



Siwi Istiana Dinarti, SP. M.Sc

Mengetahui
Dekan Fakultas Pertanian



Ir. Samsuri Tarmadja, M.P

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di perguruan Tinggi ataupun bersifat plagiatisme. Sepanjang pengetahuan saya juga tidak ada terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak atau orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebut dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 14 Agustus 2024

Yang menyatakan,

(Mikalisa Tua Paniawan)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat-Nya, penulisan skripsi yang berjudul “Analisis SWOT Terhadap Penentuan Strategi Pemasaran Pada UMKM Desa PRIMA Selopamioro Kapanewon Imogiri Kabupaten Bantul” ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata (S-1) Pertanian Fakultas Pertanian STIPER Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya, kepada:

- a. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran selama menyelesaikan skripsi penulis.
- b. Orangtua saya yang selalu mendukung dan memberikan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- c. Bapak Dr. Ir. Harsawardana, M.Eng Selaku Rektor Institut Pertanian STIPER Yogyakarta.
- d. Bapak Ir. Samsuri Tarmadja, M.P Selaku Dekan Fakultas Pertanian STIPER Yogyakarta.
- e. Ibu Siwi Istiana Diniarti, SP. M.Sc Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pertanian.
- f. Ibu Istiti Purwandari, SP. MP. Selaku Dosen pembimbing yang berkenan dalam membimbing penyusunan skripsi ini.
- g. Ibu Siwi Istiana Diniarti, SP. M.Sc Selaku Dosen penguji skripsi.
- h. Semua teman-teman yang selalu mendukung dalam pembuatan skripsi dan memberikan semangat kepada penulis.
- i. Kepada saudara dan saudari penulis Yogi, Tesa dan Yeskiel yang selalu memberikan dukungan lewat doa-doa dan semangat kepada penulis.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya dan menjadi sumbangsih ilmu pengetahuan di bidang ekonomi pertanian. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan.

Yogyakarta, 14 Agustus 2024

Yang menyatakan,

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI.....	xii
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	8
A. Tinjauan Pustaka	8
B. Landasan Teori	11
C. Kerangka Berpikir	21
III. METODE PENELITIAN	22
A. Metode Dasar Penelitian.....	22
B. Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Penelitian	22
C. Metode Penentuan Sampel	23

D.	Data dan Sumber Data.....	23
E.	Metode Pengumpulan Data	24
F.	Konseptual dan Pengukuran Variabel	24
G.	Teknik Analisis Data	25
IV.	KEADAAN UMUM DESA PRIMA	28
A.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	28
B.	Sejarah Desa PRIMA Selopamioro	29
C.	Tujuan Desa PRIMA	30
D.	Stuktur Organisasi Desa PRIMA.....	31
V.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
A.	Identitas Responden.....	34
B.	Profil Usaha Pelaku UMKM	35
C.	Strategi Pemasaran Pada Desa PRIMA	37
D.	Analisis SWOT.....	42
E.	Analisis Strategi Pemasaran	44
F.	Strategi Pemasaran Yang Dapat Diterapkan	46
VI.	KESIMPULAN DAN SARAN	50
A.	Kesimpulan.....	50
B.	Saran.....	51
	DAFTAR PUSTAKA.....	52
	LAMPIRAN	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Matriks grand strategy (Rangkuti, 2000).....	19
Gambar 2. 2 Kerangka Pikiran	21
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Desa Prima.....	31
Gambar 5. 1 Produk rempeyek gurih dan pedas.....	37
Gambar 5. 2 Foto bersama pelaku UMKM	39
Gambar 5. 3 Bahan baku kacang, rempah-rempah dan tepung beras.....	40
Gambar 5. 4 Proses pengorengan dengan tungku dan kompor gas	40

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Matriks SWOT	27
Tabel 4. 1 Data Anggota Desa PRIMA	33
Tabel 5. 1Tabel identitas responden berdasarkan umur	34
Tabel 5. 2 Identitas responden berdasarkan pendidikan responden.....	34
Tabel 5. 3 Faktor Internal	42
Tabel 5. 4 Faktor Eksternal	43
Tabel 5. 5 Matriks SWOT	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuesioner Penelitian	55
--	----

INTISARI

Penelitian ini bertujuan Untuk menentukan analisis SWOT pada usaha UMKM DESA PRIMA dan untuk mengetahui strategi pemasaran pada usaha UMKM DESA PRIMA. Lokasi penelitian pada UMKM DESA PRIMA Selopamioro Kapanewo Imogiri Kabupaten Bantul, Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian ini yaitu UMKM DESA PRIMA memiliki kelemahan yaitu sistem pembayaran masih tradisional, promosi yang belum menjangkau ke seluruh lapisan masyarakat dan masih menggunakan teknologi yang sederhana dalam proses produksi. Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan, diperoleh strategi pemasaran yang dapat diimplementasikan, yaitu dengan ikut serta dalam event atau pameran local, memanfaatkan media sosial dan platform digital, program kemitraan dengan toko atau restoran local, membuat acara komunitas dan membangun hubungan dengan pelanggan melalui program loyalty untuk meraih kemajuan dalam penjualan produk UMK Desa PRIMA.

KATA KUNCI: *analisis SWOT, desa PRIMA, pemasaran, UMKM*