

DAFTAR PUSTAKA

- Ansoff, H. I. (1982). *Corporate Strategy*. McGraw-Hill.
- Assauri, S. (1998). *Konsep Pemasaran*. Penerbit ABC.
- Bismala, L., & Handayani, S. (2014). Model Manajemen UMKM Berbasis Analisis SWOT. In *Prosiding Seminar Nasional PB31 ITM*, 437–446.
- Buku Pedoman Desa Prima. (2019). Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak dan Pengendalian Penduduk (DP3AP2) Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Desa Selopamioro: Potensi Sumber Daya Alam dan Usaha Makanan. (n.d.). Pemerintah Desa Selopamioro. selopamioro.bantul.go.id
- Effendi, S. (2016). *Strategi Manajemen*. Penerbit XYZ.
- Evelin, O., Prima, F., & Sujana, I. (2021). Strategi Pemasaran Madu Kelulut Dalam Rangka Mendukung Produk Unggulan Khas Kalimantan Barat Menggunakan Analisis Swot Dan Qspm. *Jurnal TIN Universitas Tanjungpura*, 5(1), 45. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jtinUNTAN/article/view/47523>
- Glueck, W. F., & Jauch, L. R. (1984). *Strategic Management and Business Policy*. McGraw-Hill.
- Iwan, R. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan dan Teknik*. Penerbit XYZ.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). (2020). Pusat Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.
- Kasmir. (2006). *Kewirausahaan: Konsep dan Praktik*. Penerbit ABC.
- Kistari, F. A., & Marlina, N. (2022). Analisis Swot Sebagai Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Sentra Ukm Telur Asin Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo. *Pendidikan Tambusai*, 6(2), 14595–14605.
- Kotler, P. (2008). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Nur'aini Fajar. 2023. *Master Analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia. Yogyakarta.

- Nur'aini, S. (2023). Analisis SWOT dan Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 15(2), 123–135.
- Rangkuti Freddy. 2000. *Anlisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rohmah, S. (2017). Analisa Swot Sebagai Dasar Penetapan Strategi Pemasaran Di Ukm “X.” *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
file:///C:/Users/User/Downloads/fvm939e.pdf
- Rue, L. W., & Holland, T. P. (1982). *Strategic Management: Concepts and Cases*. McGraw-Hill.
- Sianturi, R. D. (2020). Manajemen Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Pada UMKM Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 45–50. <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i1.118>
- Stanton, W. J. (2007). *Marketing*. McGraw-Hill.
- STORE, B. & E. S. (2022). *Laporan Perekonomian UMKM Indonesia*. <https://www.sirclo.com>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Swasth, B. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit XYZ.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. (2008). Pemerintah Republik Indonesia.
- Yogyakarta, B. P. S. P. D. I. (2020). *Statistik Penduduk Provinsi D.I. Yogyakarta*. <https://www.bps.yogjakarta.go.id>

**L
A
M
P
I
R
A
N**

Lampiran 1. 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

**ANALIS SWOT TERHADAP PENENTUAN STRATEGI
PEMASARAN PADA UMKM DESA PRIMA DI KABUPATEN
BANTUL**

A. Identifikasi Responden

Nama :
Jenis kelamin :
Umur :
Pendidikan terakhir :
No. Hp :
Tanggal wawancara :

B. Profil Usaha

1. Sejarah berdirinya UMKM?

Jawab:

2. Produk apa saja yang telah diproduksi?

Jawab:

3. Kapan bergabung dalam Desa PRIMA?

Jawab:

4. Pelatihan apa saja yang pernah diterima?

Jawab:

5. Bagaimana cara mendaftar Desa PRIMA / proses untuk bisa mengikuti Desa PRIMA (Apakah dipilih)?

Jawab:

6. Dari mana informasi Desa PRIMA?

Jawab:

7. Adakah sosialisasi Desa PRIMA di pemerintah baik pemerintah Desa maupun kabupaten?

Jawab:

8. Pendampingan yang dilakukan oleh siapa / lembaga apa?

Jawab:

9. Adakah monitoring /evaluasi tidak?

Jawab:

10. Apakah ada syarat menjadi anggota Desa PRIMA?

Jawab:

11. Bagaimana proses produksi dalam UMKM?

Jawab:

C. Daftar pertanyaan

a. Internal kekuatan dan kelemahan

➤ **Produk**

1) Produk apa yang dihasilkan UMKM?

Jawab:

2) Apa kunikan dari produk tersebut?

Jawab:

3) Apa keunggulan dari produk tersebut?

Jawab:

4) Dari mana ide produknya?

Jawab:

5) Beli bahan baku dari daerah setempat atau luar daerah dalam pembuatan produk?

Jawab:

6) Apakah ada spesifikasi dalam produk tersebut?

Jawab:

7) Adakah pendampingan dari pihak luar terkait produk / inisiasi produk?

Jawab:

➤ **Harga**

1) Bagaimana pendapat anda tentang harga yang telah ditawarkan ke konsumen?

Jawab:

- 2) Apakah ada potongan harga produk saat tertentu?

Jawab:

- 3) Apakah harganya sesuai tidak dengan jeripayah yang dilakukan?

Jawab:

- 4) Apakah harga yang ditetapkan disini lebih murah atau lebih tinggi?

Jawab:

- 5) Apakah permintaan konsumen dan penawaran produk terpenuhi?

Jawab:

➤ **Promosi**

- 1) Apa saja promosi yang telah dilakukan?

Jawab:

- 2) Apakah ada kendala dalam melakukan promosi?

Jawab:

- 3) Media apakah yang digunakan untuk melakukan promosi?

Jawab:

- 4) Adakah ada diskon produk hasil olahan yang dilakukan?

Jawab:

- 5) Media apakah yang digunakan untuk mempromosi?

Jawab:

- 6) Apakah ada media social seperti you tube, facebook dan lain-lain?

Jawab:

7) Apabila dari media social ada berapa pengikutnya?

Jawab:

8) Apakah ada staf khusus dalam melakukan promosi?

Jawab:

9) Jika ada berapa umur staf yang melakukan promosi?

Jawab:

➤ **Lokasi**

1) Apakah akses menuju tempat UMKM mudah dilalui transportasi?

Jawab:

2) Dimana saja dilakukan pemasaran apakah diluar desa atau dalam desa?

Jawab:

3) Apakah ada perbedaan harga produk dari luar desa dan dalam desa?

Jawab:

4) Berapa persen jumlah pemasaran didalam dan diluar desa?

Jawab:

5) Berapa persen jumlah pemasaran *online* dan *offline*?

Jawab:

➤ **SDM (Sumber Daya Manusia)**

1) Ada berapa orang dalam satu UMKM?

Jawab:

2) Apakah tenaga kerja dari luar keluarga?

Jawab:

3) Apakah ada perbedaan upah dari dalam keluarga dan luar keluarga?

Jawab:

4) Apakah ada pendampingan SDM dalam UMKM?

Jawab:

5) Apakah tenaga kerja harus memiliki ketrampilan khusus? Jika ada bagian apa?

Jawab:

6) Apakah karyawan yang memiliki ketrampilan khusus mudah didapat atau sudah dimiliki?

Jawab:

b. Eksternal peluang dan ancaman

➤ **Social Budaya**

1) Apakah masyarakat menyukai produk dari UMKM?

Jawab:

➤ **Bahan Baku**

1) Apakah ketersediaan bahan baku untuk membuat produk selalu tersedia?

Jawab:

2) Apakah ada kendala dalam memperoleh bahan baku?

Jawab:

3) Darimanakah sumber bahan baku untuk membuat olahan produk UMKM?

Jawab:

4) Apakah harga bahan baku dan transportasi mahal atau murah?

Jawab:

➤ **Teknologi**

1) Teknologi apa yang digunakan untuk membuat produk UMKM?

Jawab:

2) Apakah mesin mudah diakses atau dibeli untuk kegiatan pengolahan UMKM?

Jawab:

3) Apakah ada mesin atau teknologi yang diberikan pemerintah?

Jawab:

4) Apakah ada pendampingan untuk menggunakan mesin atau teknologi?

Jawab:

5) Apakah penggunaan teknologi sesuai atau tidak?

Jawab:

➤ **Persaingan**

1) Berapa banyak pesaing produk yang serupa dari dalam dan luar?

Jawab:

2) Jika banyak dari mana saja pesaing produk yang serupa apakah dalam desa atau luar desa?

Jawab:

3) Strategi apa yang telah dilakukan oleh UMKM dengan adanya pesaing baru?

Jawab:

4) Apa yang menjadi keunikan dari produk UMKM dengan yang lain?

Jawab:

5) Dari satu desa berapa jumlah UMKM yang sama?

Jawab: