

**Strategi Pemasaran Bawang Merah (*Allium ascatonicum L.*) Di Desa
Mojorembun Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk**

Wenny Dhamayanthi, SE, M.Si selaku Pembimbing

Andi Dwi Susilo

Program Studi Manajemen Agroindustri
Jurusan Manajemen Agribisnis

ABSTRAK

Bawang merah (*Allium ascatonicum L.*) merupakan tanaman semusim dan salah satu komoditas sayuran bernilai ekonomi tinggi, Namun pada saat menjelang panen petani sering sekali dihadapkan dengan permasalahan penurunan harga akibat dari sering bersamaan dengan daerah lain saat menjelang panen. Dengan kondisi ini maka perlu dilakukan perumusan strategi pemasaran agar petani tetap dapat mendapatkan pemasukan yang sesuai. Penelitian ini bertujuan 1) menjelaskan apa yang menjadi faktor eksternal (peluang dan ancaman) dan internal (kekuatan dan kelemahan), 2) Untuk menentukan alternatif strategi pemasaran yang tepat, 3) menentukan prioritas strategi pemasaran. Metode pengolahan dan analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT, yang meliputi IFE, EFE, dan matriks IE, selanjutnya dikembangkan menggunakan Matriks SWOT, serta penentuan strategi prioritas menggunakan analisis QSPM. Berdasarkan hasil perhitungan analisis QSPM yang menjadi prioritas strategi pada pemasaran bawang merah di Desa Mojorembun yaitu Menetapkan tujuan budidaya bawang merah dengan menerapkan SOP budidaya bawang merah agar dapat bersaing dengan Kompetitori dengan skor TAS 7,409.

Kata Kunci : Strategi SWOT, QSPM.