

RINGKASAN

Analisis Strategi Pemasaran Produk Kue Kacang Dengan Penerapan Metode SWOT Dan QSPM Pada *Home Industry* Kirana Cookies Kecamatan Pakusari Kabupaten Jember. Faidiyahtul Hidayah Elbas, NIM D41201388, Tahun 2024, 69 halaman Jurusan Manajemen Agribisnis, Program Studi Manajemen Agroindustri, Politeknik Negeri Jember, Paramita Andini, S.ST., M.ST. (Dosen Pembimbing).

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin ketatnya persaingan industri makanan ringan, khususnya produk kue kacang, yang menuntut setiap pelaku usaha untuk memiliki strategi pemasaran yang tepat agar dapat bertahan dan berkembang. *Home Industry* Kirana Cookies merupakan salah satu usaha rumahan yang memproduksi kue kacang dengan berbagai varian rasa seperti original, coklat, keju, dan pandan. Meskipun usaha ini telah berjalan selama lebih dari empat tahun dan mampu memproduksi ratusan toples menjelang hari raya, namun masih menghadapi kendala dalam menjangkau pasar yang lebih luas karena keterbatasan promosi dan informasi.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi pemasaran produk kue kacang, (2) merumuskan alternatif strategi pemasaran yang dapat diterapkan, dan (3) menentukan prioritas strategi pemasaran yang paling tepat bagi *Home Industry* Kirana Cookies. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Responden dalam penelitian ini meliputi pemilik usaha, karyawan yang terlibat langsung dalam proses produksi dan pemasaran, serta seorang pakar dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Jember.

Teknik analisis yang digunakan meliputi analisis matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*), EFE (*External Factor Evaluation*), SWOT, dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Hasil analisis IFE dan EFE menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan dan peluang yang signifikan, sehingga posisi strategis *Home Industry* Kirana Cookies berada pada kuadran I dalam matriks SWOT, yaitu mendukung strategi pertumbuhan yang agresif (*growth strategy*). Selanjutnya, dari hasil perhitungan matriks QSPM, diperoleh strategi prioritas dengan nilai Total Attractiveness Score (TAS) tertinggi, yaitu strategi meningkatkan promosi melalui media sosial dan digital marketing serta memperluas jangkauan distribusi ke daerah luar Jember.

Dengan penerapan strategi tersebut, diharapkan *Home Industry Kirana Cookies* mampu meningkatkan daya saing, memperluas pasar, meningkatkan penjualan, dan mempertahankan eksistensi usahanya di tengah persaingan industri makanan ringan yang semakin kompetitif. Penelitian ini juga memberikan kontribusi praktis bagi pelaku UMKM dalam merumuskan strategi pemasaran yang berbasis analisis internal dan eksternal secara sistematis, serta dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya dalam pengembangan strategi bisnis.

**(Jurusan Manajemen Agribisnis, Program Studi D-IV Manajemen Agroindustri,
Politeknik Negeri Jember)**