

ABSTRACT

This study aims to understand the marketing strategy in accordance with the potential of the Village Owned Enterprise (Bumdes) Cangkring, Jenggawah District, Jember Regency to increase Rosita Cake sales. This study uses qualitative analysis, which aims to obtain conclusions from the research results. The results showed that the internal environment analysis of Bumdes Rosita Cake includes strength, namely the product has guaranteed quality and the product has characteristics. Whereas. The weaknesses (weaknesses) are that the number of members is less than needed, does not have a permanent outlet, the loyalty of Bumdes members is still lacking, marketing is still not optimal, capital is limited and the product is not able to last long. The external analysis of Bumdes Rosita Cake consists of opportunities (Opportunity), namely consumers recognize product quality, the safety of consumer goods is guaranteed. While the threat (Threat) that is owned is tight product competition and competitors determine a relatively cheaper price compared to Bumdes Rosita Cake products. Analysts of marketing strategies that have been carried out with SWOT analysis, Bumdes Rosita Cake can determine the evaluation of strategies that must be carried out by Bumdes Rosita Cake, namely: innovating new products, providing product quality assurance, expanding product marketing through social media, providing maximum service, holding member meetings, maintaining production cleanliness, providing a place for storage of raw materials, determining prices according to competitive but providing benefits, maintaining the environment, maintaining the quality of raw materials

Keywords: Marketing Strategy, UMKM, SWOT Matrix, EFE and IFE Matrix.



ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami strategi pemasaran yang sesuai dengan potensi dari Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Cangkring Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember untuk meningkatkan penjualan Rosita Cake. Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif, yang bertujuan untuk mendapatkan kesimpulan dari hasil penelitian. Hasil penelitian menunjukkan analisis lingkungan internal Bumdes Rosita Cake meliputi kekuatan (*Strength*) yaitu produk memiliki kualitas terjamin dan produk mempunyai ciri khas. Sedangkan, kelemahan (*Weakness*) yang dimiliki adalah jumlah anggota kurang dari kebutuhan, tidak memiliki gerai tetap, loyalitas anggota Bumdes masih kurang, pemasaran masih belum maksimal, modal terbatas dan produk tidak mampu bertahan lama. Analisis eksternal Bumdes Rosita Cake terdiri dari peluang (*Opportunity*) yaitu konsumen mengakui kualitas produk, keamanan barang konsumen terjamin. Sedangkan ancaman (*Threat*) yang dimiliki adalah persaingan produk ketat dan pesaing menentukan harga yang relatif lebih murah dibandingkan dengan produk Bumdes Rosita Cake. Analisis strategi pemasaran yang telah dilakukan dengan analisis SWOT, Bumdes Rosita Cake dapat menentukan evaluasi strategi yang harus dilakukan oleh Bumdes Rosita Cake, yakni: melakukan inovasi produk baru, memberikan jaminan kualitas produk, memperluas pemasaran produk melalui media social, pemberian pelayanan dilakukan dengan maksimal, mengadakan rapat anggota, menjaga kebersihan produksi, menyediakan tempat untuk penyimpanan bahan baku, menentukan harga sesuai dengan kompetitif namun memberikan keuntungan, lingkungan terjaga, kualitas bahan baku terjaga.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, UMKM, Matriks SWOT, Matriks EFE dan IFE

