

## ABSTRAK

UMKM Keripik singkong sadudulur merupakan sebuah Usaha Mikro Kecil Menengah yang bergerak dibidang produksi makanan ringan seperti rengginang, keripik pisang dan keripik singkong. UMKM Keripik singkong sadudulur harus mengenali kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam menghadapi kompetitor, yang akan sangat membantu dalam mendefinisikan diri, serta memanfaatkan semua peluang. Permasalahan yang dihadapi UMKM Keripik singkong sadudulur adalah strategi pemasaran yang masih kurang efektif dikarenakan banyaknya kompetitor dalam bidang yang sama. Menetapkan strategi pemasaran yang sesuai atau strategi terbaik untuk UMKM Keripik singkong sadudulur menggunakan pendekatan metode matriks SWOT dan matriks *Qualitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran di UMKM Keripik singkong sadudulur serta memberikan wawasan yang berharga bagi pemangku kepentingan terkait untuk merancang strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk secara local maupun global.

Menetapkan strategi pemasaran yang sesuai atau strategi terbaik untuk UMKM Keripik Singkong Sadudulur menggunakan pendekatan metode matriks SWOT dan matriks QSPM. Berdasarkan analisis matriks IFE diperoleh total skor yang dimiliki UMKM Keripik singkong sadudulur sebesar 2,82, Sedangkan analisis matriks EFE sebesar 3,35. Matrik SWOT menghasilkan 10 alternatif strategi yang dapat di pilih oleh UMKM Keripik singkong sadudulur. Berdasarkan matriks QSPM alternatif strategi yang paling di usulkan dan prioritaskan adalah berdasarkan rating tertinggi yaitu usulan strategi nomor 4 Dengan nilai TAS 5,86. Yang mana isinya adalah “Mengadakan program promosi yang menarik perhatian agar peminat konsumen baru tertarik terhadap produk perusahaan”. Strategi ini dimaksud untuk memperluas pemasaran UMKM Keripik Singkong Sadudulur.

**Kata kunci: UMKM,Strategi pemasaran,Qualitative Strategic Planning Matrix,QSPM**

## ABSTRACT

UMKM sadudulur cassava chips is a Micro, Small and Medium Enterprise, which is engaged in the production of light foods such as rengginang, banana chips and cassava chips. UMKM sadudulur cassava chips must recognize their strengths and weaknesses. Company, in facing competitors, which will be very helpful in defining. And taking advantage of opportunities. The problems faced by MSMEs. Cassava chips, due to the large number of competitors in the same field. Determining the appropriate marketing strategy or the best strategy for MSMEs. Sadudulur cassava chips using the matrix method approach, SWOT and Qualitative Strategic Planning Matrix (QSPM) matrix. This research is expected to contribute to the development of marketing strategies in the sadudulur cassava chips MSMEs and provide valuable insights for stakeholders. Interests related to designing marketing strategies to increase product sales local and global.

Determining the appropriate marketing strategy for Sadudulur Cassava Chips MSMEs using the SWOT matriks method approach and the QSPM matrix. Based on the IFE matrix analysis, the total score obtained by UMKM Sadudulur Cassava Chips is 2,82, while the EFE matrix analysis is 3,35. The SWOT matrix produces 10 alternative strategies that can be chose by UMKM Sadudulur Cassava Chips. Based on the QSPM matrix, the most proposed and prioritized alternative strategy is based on the highest rating, namely proposed strategy number 4 with a TAS value of 5,86. Which is “ Holding promotional programs that attract attention so that new consumer enthusiast are interested in the company’s products” This strategy is intended to expand the marketing of Sadudulur Cassava Chips MSMEs.

**Keywords:MSMEs,Marketing strategy, Qualitative Strategic Planning Matrix,QSPM.**