

ABSTRAK

Witono, “Strategi Pengembangan Pemasaran Manisan Carica CV Yuasafood Kabupaten Wonosobo”. Skripsi, Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Purworejo . 2016.

Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada manisan carica CV Yuasafood Kabupaten Wonosobo, 2) mengetahui matriks IFAS dan EFAS pengembangan pasar manisan carica CV Yuasafood Kabupaten Wonosobo, 3) mengetahui alternative strategi pengembangan pada pemasaran manisan carica CV Yuasafood Kabupaten Wonosobo.

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Pengambilan sampel lokasi penelitian dan sampel informan dilakukan secara *purposive sampling*. Sampel informan kunci sebanyak 3 orang dari CV Yuasafood dan informan biasa sebanyak 3 orang yang menjual produk manisan CV Yuasafood. Metode analisis yang digunakan adalah analisis faktor internal dan eksternal, matriks IFAS dan EFAS, dan analisis matriks SWOT.

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa prospek pengembangan pasar manisan carica CV Yuasafood secara keseluruhan berdasarkan hasil akhir analisis matriks IFAS total skor sebesar 2,61. Yang terdiri dari nilai total skor kekuatan sebesar 1,71 dan kelemahan sebesar 0,90. Hal ini menunjukkan posisi internal industri manisan carica berada di atas rata-rata dalam kekuatan internal secara keseluruhan, yaitu diatas 2,50. Adapun total skor rata-rata tertimbang dari matriks EFAS sebesar 2,86 yang terdiri dari nilai total skor peluang sebesar 1,89 dan ancaman sebesar 0,97. Hal ini menunjukkan posisi eksternal industri manisan carica di Kabupaten Wonosobon berada di atas rata-rata dalam kekuatan eksternal secara keseluruhan, yaitu diatas 2,50. Hasil analisis SWOT adalah untuk: Strategi S-O : Pemanfaatan SDA yang ada, Pengembangan pasar, Dukungan pemerintah daerah, Strategi W-O: Memanfaatkan teknologi informasi, Mengadakan pelatihan untuk meningkatkan SDM dalam mengoptimalkan promosi, Strategi S-T : Menjaga kualitas produk, Membangun kejasama dengan pemasok bahan baku, Inovasi produk, Strategi W-T : Melakukan perbaikan dalam kelompok organisasi, Perbaikan sistem promosi pasar.

Kata Kunci: Carica, Strategi Pemasaran, Analisis SWOT