

ANALISIS STRATEGI *MARKETING MIX* 7P DENGAN PENDEKATAN ANALISIS SWOT DALAM UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN SOUVENIR PADA SANGGAR PENI KREBET YOGYAKARTA

Nila Wati^{*1}, Ferida Yuamita²

Program Studi Teknik Industri, Universitas Teknologi Yogyakarta, Jl. Glagahsari No. 63, Warungboto,
Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55164

e-mail: *1nilaaa2210@gmail.com, 2feridayuamita@uty.ac.id

ABSTRAK

Sanggar Peni adalah produsen kerajinan batik kayu yang menghasilkan berbagai macam kerajinan, termasuk aksesoris berupa kalung, topeng tari, wayang, serta beberapa mainan lainnya. Salah satu produk yang kurang diminati adalah gantungan kunci, kian hari peminat produk gantungan kunci semakin menurun penjualan pun menjadi kurang maksimal. Selama 3 bulan penjualan gantungan kunci belum mencapai target, bahkan pada bulan Agustus penjualan gantungan kunci hanya mencapai 21%. Sedangkan pada bulan Juli gantungan kunci terjual 63% dan pada bulan September terjual 24%. Selain kualitas produk yang baik, strategi pemasaran merupakan hal yang harus diperhatikan oleh suatu usaha untuk meningkatkan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi pemasaran di Sanggar Peni Krebet dalam upaya meningkatkan penjualan menggunakan metode *Marketing Mix 7p* dan Metode SWOT. Data yang digunakan dalam penelitian terdiri data primer dan sekunder. Hasil penelitian mengungkapkan adanya pengaruh faktor internal dan faktor eksternal terhadap penjualan produk. Berdasarkan Matriks IFAS EFAS skor pada faktor Internal skor total sebesar 3,318 dan faktor Eksternal skor total sebesar 3,761, sehingga pada Matriks IE Sanggar Peni masuk pada kategori *Growth*. Melalui analisis yang dilakukan, beberapa usulan strategi diajukan untuk meningkatkan penjualan produk gantungan kunci. Salah satu usulan strategi yang diusulkan yaitu memaksimalkan penggunaan *e-commerce* dalam proses pemasaran. Usulan semacam ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk gantungan kunci sehingga tidak kalah dengan produk yang lainnya.

Kata Kunci: Kerajinan Batik Kayu, Strategi Pemasaran, Peningkatan Penjualan, *Marketing Mix 7P*, SWOT.

ANALYSIS OF THE 7P MARKETING MIX STRATEGY WITH A SWOT ANALYSIS APPROACH TO INCREASE SOUVENIR SALES AT SANGGAR PENI KREBET YOGYAKARTA

ABSTRACT

Sanggar Peni produces wooden batik crafts that create various items, including accessories such as necklaces, dance masks, puppets, and several other toys. However, key chains are one product that has seen a decline in demand. Over time, interest in key chain products has diminished, resulting in suboptimal sales. For the past three months, key chain sales have not met the target; in August, sales reached only 21%. In July, sales reached 63%; in September, sales reached 24%. In addition to maintaining high product quality, a robust marketing strategy is essential for any business aiming to boost sales. This study aims to analyze the implementation of marketing strategies at Sanggar Peni Kreet to enhance sales, utilizing the Marketing Mix 7P method and the SWOT analysis. The data used in this study comprises both primary and secondary sources. The findings indicate the impact of internal and external factors on product sales. According to the IFAS EFAS Matrix, Sanggar Peni is classified in the Growth category in the IE Matrix, scoring 3.318 for the Internal factor total score and 3.761 for the External factor total score. After conducting the analysis, several strategies were suggested to boost sales of key chain products. One potential strategy is to optimize the utilization of e-commerce in the marketing process. This type of proposal is expected to increase sales of key chain products so they can compete with other products more effectively.

Keywords: Wooden Batik Crafts, Marketing Strategy, Sales Increase, Marketing Mix 7P, SWOT.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N., & Formen, A. (2023). Penggunaan Matrik IFAS dan EFAS Untuk Analisis Swot Sarana dan Prasarana di Satuan PAUD. *ISORA*, *I*(2), 47-60.
- Arsetyasmoro, D. (2022). Pengembangan Desain Asesoris Interior Dengan Metode Atomics di Sentra Batik Kayu Krebet Bantul Yogyakarta. *Lintas Ruang*, *X*(2), 59-72.
- Candrasya, R. F., & Sulthonuddin, B. H. (2024). Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Kajian Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, *III*(1), 1-9.
- Dewi, P. N., Hednriyani, C., & Ramdhani, R. (2021). Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Usaha Bakso Wong Jowo By Tiwi. *JIP*, *XVII*(2), 6-13.
- Dwinanda, G., & Nur, Y. (2020). Bauran Pemasaran 7P Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar. *Jurnal Mirai Management*, *VI*(1), 2597-4084.
- Estefany, N. V., Masruchin, & Latifah, F. N. (2022). Penerapan Strategi Pemasaran Syariah UMKM Kampung Pia Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. *Syarikat*, *V*(1), 181-196.
- Faqih, A. S., & Wahyudi, A. D. (2022). Rancang Bangun Sistem Infromasi Penjualan Berbasis Web (Studi Kasus: Matchmaker). *JTSI*, *III*(2), 1-8.
- Fawa'id, M. W. (2022). Optimasi Strategi Marketing Mix Untuk Meningkatkan Omzet UMKM CV Putra Tanjung Nganjuk. *JPMD*, *III*(1), 7-19.
- Fernos, J., & Ayadi, A. S. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Donat Madu Lapai. *Jurnal Valuasi*, *III*(2), 593-.
- Fitri, E. M., Suryono, R. R., & Wantoro, A. (2023). Klasterisasi Data Penjualan Berdasarkan Wilayah Menggunakan Metode K-Means Pada PT XYZ. *Jurnal Komputasi*, *XI*(2), 157-168.
- Gudiato, C., Sedyono, E., & Sembiring, I. (2022). Analisis Sistem E-Commerce Pada Shopee Untuk Meningkatkan Daya Saing Menggunakan Metode SWOT. *JIFOTECH*, *II*(2), 6-10.
- Hanggraito, A. A., Wiratama, A. S., & Saifuddin, R. A. (2020). Alternatif Strategi Bauran Pemasaran 7P Museum Batik Yogyakarta. *Jurnal Kepariwisatawan*, *IV*(2), 72-83.
- Hia, A. M., Ali, H., & Sumartyo, F. D. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan: Analisis Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk dan Kepuasan Konsumen . *JIM*, *I*(2), 368-379.

- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., & Nugroho, D. W. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis di Kaliwungu). *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, *XIX*(1), 76-82.
- Hildawati, Sari, N., & Aulia, M. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan Sepeda Motor Merek Yamaha CV Prima Yamaha Nusantara Dumai. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, *IV*(4), 6444-6456.
- Islamiaty, E. B., & Muslim, A. (2022). Pengaruh Harga dan Mutu Terhadap Penjualan Sepeda Motor Matic Honda Studi Kasus Pada Karyawan di PT Anteraja Jakarta Barat. *JAMBIS*, *II*(2), 236-245.
- Kolanus, J. A., Lapian, J., & Poluan, J. G. (2024). Evaluasi Strategi Pemasaran PT Indofood Sukses Makmur Tbk Sulawesi Utara Terhadap Produk Unggulan Perusahaan (Indomie) Menggunakan Metode SWOT. *EMBA*, *XII*(1), 860-867.
- Laksana, T. N., & Minto, W. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Metode SWOT dan BCG di PT XYZ. *JUMINTEN*, *II*(2), 96-107.
- Lubis, L. A., & Lestari, A. I. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Produk (Studi Kasus CV Karunia Abadi Maju Rantau Prapat Kabupaten Labuhanbatu). *JIMMBA*, *IV*(2), 72-76.
- Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah. *Mutawazin*, *II*(1), 15-26.
- Nengsih, Y. R., & Sari, D. R. (2024). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional dan Volume Penjualan Kamar Terhadap Laba Bersih Pada Grand Rocky Hotel Bukittinggi. *Jurnal Mirai Management*, *IX*(2), 50-62.
- Putri, M. A. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT, Matriks IFE, Matriks EFE, dan Matriks IE. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, *VII*(1), 224-234.
- Qanita, A. (2020). Analisis Strategi Dengan Metode SWOT dan QSPM: Studi Kasus Pada D'Gruz Caffe di Kecamatan Bluto Sumenep. *KOMITMEN*, *I*(2), 11-24.
- Rambe, D. N., & Aslami, N. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama*, *I*(2), 213-223.
- Rochmadika, H., & Parantika, A. (2023). Strategi Bauran Pemasaran 7P Menggunakan Pendekatan Analisis SWOT Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Mangata Coffee & Eatery. *Media Wisata*, *XXI*(1), 164-177.
- Rochmadika, H., & Parantika, A. (2023). Strategi Bauran Pemasaran 7P Menggunakan Pendekatan Analisis SWOT Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Mangata Coffee & Eatery. *Media Wisata*, *XXI*(1), 164-177.
- Samsi, F. N. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Furniture. 5-8.

- Samsudin, M., & Waluyo, M. (2021). Analisis Strategi Promosi Produk Kopi Tarik Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Divisi Promosi Dengan Metode SWOT dan BCG di PT XYZ. *JUMINTEN*, *II*(2), 144-155.
- Siregar, A. P. (2020). Analisis Strategi Bersaing Toko Roti X Berdasarkan IE-Matriks. *Jurnal Administrasi Bisnis*, *XVI*(1), 1-20.
- Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Dept Store Cabang BSD Tangerang. *E-MABIS*, *XXI*(1), 7-13.
- Tias, B. K., & Rusliyawati. (2023). Sistem Informasi Perluasan Pangsa Pasar Menggunakan Pendekatan Metode Bauran Pemasaran. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, *IV*(1), 1-8.
- Vinatra, S. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, *I*(3), 1-8.
- Wulandari, Y. E. (2023). Analisis Perilaku Konsumen Terkait Tingkat Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Roti Pada UD Roti Sukses. *JIRK*, *II*(8), 3277-3288.
- Zulfa, I., & hariyani, T. (2022). Implementation of the 7P Marketing Mix in Increasing Sales Volume of Powerful SMES in Kediri Regency During the Covid-19 Pandemic. *MUDIMA*, *II*(1), 299-314.