

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN METODE
SWOT DAN QSPM UNTUK PENINGKATAN PENJUALAN
SEPATU KULIT
(Studi Kasus : UMKM Faaz Store Tanggulangin)**

Nama : Nabila Karina Dewi
NIM : 1203190029
Pembimbing : 1. Ayu Endah Wahyuni, S.T., M.T
2. Huki Chandra, S.T., M.Sc.

ABSTRAK

Faaz Store Tanggulangin adalah UMKM yang bergerak di bidang sepatu kulit, beralamat di Jl. Raya Kludan No.47, Kludan, Kec. Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo. Masalah yang dihadapi UMKM Faaz Store adalah menurunnya penjualan pada Sepatu Kulit pasca pandemi *covid*, dan belum adanya analisis strategi yang tepat dari UMKM untuk meningkatkan penjualan tersebut pasca pandemi. Oleh karena itu penelitian ini mengusulkan strategi pemasaran untuk peningkatan penjualan menggunakan metode SWOT dan QSPM. Penelitian dilakukan dari awal bulan Mei 2023 hingga awal Desember 2024 . Dari hasil kalkulasi persentase penjualan produk Sepatu Kulit Faaz Store Tanggulangin tahun 2022 dan 2023 mengalami penurunan sebesar 5,56%. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara. Observasi yaitu mengamati lingkungan sekitar UMKM, pengumpulan data berupa wawancara, dengan mewawancarai pemilik dan para staff yang ada. Teknik analisis data terdapat 3 tahap analisis yaitu *Input Stage*, *Matching Stage*, dan *Desicion Stage*. Setelah dihasilkan beberapa alternatif strategi yang telah di dapat, akan dipilih tiga strategi pilihan yang akan diterapkan pada UMKM. Hasil penelitian diperoleh dari hasil wawancara bauran pemasaran 7P, dan *Porter Five Forces analysis*. Dari hasil perhitungan QSPM dapat dihasilkan tiga strategi utama berdasarkan nilai TAS tertinggi. Strategi pertama yaitu mempertimbangkan harga antar kompetitor sejenis, serta mempertahankan ciri khas produk, agar memenangkan persaingan harga antar pengrajin, dengan nilai TAS 16,693. Strategi kedua yaitu meningkatkan jumlah produk dan mengembangkan produk yang sudah ada, untuk dapat memenangkan pertumbuhan industri yang tinggi, dengan nilai TAS 16,651. Strategi ketiga yaitu menciptakan inovasi-inovasi produk baru, yang lebih digemari konsumen, yang membuat produk UMKM semakin bervariasi, dengan nilai TAS 16,413.

Kata kunci: UMKM, Strategi Pemasaran, Sepatu Kulit, SWOT, QSPM.