

LAPORAN TUGAS AKHIR

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
PRODUK WEDANG SECANG INSTAN “MAGNOER”
DI UMKM TARUNA AGRO NUSANTARA

Oleh:
Rasya Aulia Rahmah
03.05.21.0200



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS HORTIKULTURA
JURUSAN PERTANIAN
POLITEKNIK PEMBANGUNAN PERTANIAN YOGYAKARTA MAGELANG
KEMENTERIAN PERTANIAN
2025

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
PRODUK WEDANG SECANG INSTAN “MAGNOER”
DI UMKM TARUNA AGRO NUSANTARA

Oleh:
Rasya Aulia Rahmah

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran produk Wedang Secang Instan “Magnoer” pada UMKM Taruna Agro Nusantara di Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Produk ini merupakan inovasi minuman herbal berbahan dasar kayu secang dan rempah pilihan yang masih belum dikenal secara luas oleh konsumen. Penelitian ini menggunakan metode campuran (*mix methods*). Data dikumpulkan melalui wawancara, *Focus Group Discussion* (FGD), dan penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Analisis strategi dilakukan menggunakan pendekatan SOAR (*Strength, Opportunity, Aspiration, Result*) untuk mengidentifikasi kekuatan, peluang, aspirasi, dan hasil yang dimiliki oleh produk Wedang Secang Instan “Magnoer”. Selanjutnya, penentuan prioritas strategi pemasaran dilakukan menggunakan metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) berdasarkan nilai daya tarik (*Attractiveness Score*) dan total daya tarik strategi (*Total Attractiveness Score*). Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat 10 strategi alternatif yang dapat diterapkan oleh UMKM Taruna Agro Nusantara untuk pengembangan pemasaran produk Wedang Secang Instan “Magnoer”. Dari strategi tersebut, teridentifikasi tiga strategi prioritas, dengan strategi utama yaitu membangun branding produk Wedang Secang Instan “Magnoer” secara kuat guna menciptakan identitas yang khas, sehingga produk lebih mudah dikenali, dipercaya, dan dikenal luas oleh masyarakat.

Kata Kunci: Strategi pemasaran, Wedang Secang Instan, SOAR, QSPM

*ANALYSIS OF MARKETING STRATEGIES OF THE
INSTANT WEDANG SECANG PRODUCT “MAGNOER”
AT TARUNA AGRO NUSANTARA MSME*

By:
Rasya Aulia Rahmah

Abstract

This study aims to analyze the marketing strategy of the instant Wedang Secang product "Magnoer" at UMKM Taruna Agro Nusantara, located in Bantul Regency, Special Region of Yogyakarta. The product is an innovative herbal drink made from sappan wood and selected spices, which is still not widely recognized by consumers. This research used a mixed methods approach, with data collected through interviews, Focus Group Discussions (FGDs), and questionnaires distributed to 100 respondents. The marketing strategy analysis was conducted using the SOAR approach (Strengths, Opportunities, Aspirations, Results) to identify the strengths, opportunities, aspirations, and results associated with the Magnoer product. Furthermore, marketing strategy prioritization is carried out using the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) method based on the Attractiveness Score and the Total Attractiveness Score (TAS). The analysis results indicated that there are ten alternative strategies that can be implemented by UMKM Taruna Agro Nusantara to enhance the marketing of the Magnoer product. Among these, three priority strategies were identified, with the main strategy being the development of strong branding for the Magnoer product to create a distinctive identity, enabling the product to be more easily recognized, trusted, and widely known by the public.

Keywords: Instant Wedang Secang, Marketing strategy, SOAR, QSPM

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	v
RIWAYAT HIDUP	vi
INTISARI.....	ix
ABSTRACT.....	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
I. PENDAHULUAN	xv
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Batasan Masalah.....	3
D. Tujuan	3
E. Manfaat	3
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	4
A. Landasan Teori.....	4
B. Kerangka Berpikir	10
C. Definisi Operasional.....	11
III. METODE PENELITIAN	12
A. Waktu dan Tempat Penelitian	12
B. Metode Penelitian.....	12
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	12
D. Teknik Pengumpulan Data	13
E. Teknik Analisis Data.....	14
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	20
A. Gambaran Unit Perusahaan.....	20
B. Karakteristik Responden	20
C. Hasil dan Pembahasan.....	21
V. KESIMPULAN DAN SARAN	37
A. Kesimpulan	37
B. Saran.....	38
DAFTAR PUSTAKA	39
LAMPIRAN.....	42

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Indikator Pernyataan Kuesioner	14
Tabel 3.2 Rekapitulasi Rating dan Bobot (Internal)	14
Tabel 3.3 Rekapitulasi Rating dan Bobot (Eksternal).....	15
Tabel 3.4 Rekapitulasi Nilai Internal dan Eksternal	15
Tabel 3.5 Matriks SOAR	17
Tabel 3.6 Matriks QSPM	17
Tabel 3.7 Alternatif Strategi Peringkat	18
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	19
Tabel 4.2 Identifikasi Faktor Internal.....	21
Tabel 4.3 Identifikasi Faktor Eksternal	24
Tabel 4.4 Matriks IFE	26
Tabel 4.5 Matriks EFE	27
Tabel 4.6 Matriks SOAR	29
Tabel 4.7 Matriks QSPM	33
Tabel 4.8 Alternatif Strategi.....	34
Tabel 4.9 Rencana Implementasi	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Tahapan Analisi SOAR.....	7
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	10
Gambar 3. 1 Tahapan <i>focus group discussion</i>	13
Gambar 3. 2 Matriks Internal-Eksternal (IE)	17
Gambar 4. 1 Matriks IE.....	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman <i>Focus Group Discuss</i> (FGD)	42
Lampiran 2. Lembar Diskusi	43
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian.....	45
Lampiran 4. Tabulasi Data Responden	49
Lampiran 5. Matriks IFE dan EFE	48
Lampiran 6. Matriks QSPM.....	55
Lampiran 7. Kuesioner QSPM.....	57
Lampiran 8. Foto Pengambilan Responden	65
Lampiran 9. Surat Keterangan Adopsi Teknologi	66

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyanti, Y. (2008). *Focus Group Discussion* (Diskusi Kelompok Terfokus) sebagai Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 12(1), 58–62. <https://doi.org/10.7454/jki.v12i1.201>
- Amirotu A. I. (2023). Pengertian, Tujuan *Focus Group Discussion* (FGD) dan Tahapannya. *Jurnal Telkom University*. <https://telkomuniversity.ac.id/pengertian-tujuan-focus-group-discussion-fgd-dan-tahapannya>.
- Apriany, A., & Gendalasari, G. G. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK SUMMIT. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 105–114. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1278>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Astuti, J. S., Fahmie, A., & Budiharto, S. (2023). *SOAR Analysis* (Andriyanto (ed.)). Lakeisha.
- Azmi, M. U., Rahmanpiu, & Harimu, L. (2019). Pengaruh Variasi Massa Kayu Secang (*Caesalpinia sappan* L.) Pada Air Minum Terhadap Sifat Fisiokimia. *Jurnal Pendidikan Kimia Universitas Halu Oleo*, 4(2), 121–126.
- Elisa, N. A. D. (2019). Potensi Penggunaan Pewarna Alami Kayu Secang (*Caesalpinia sappan* L) Terhadap Kualitas Organoleptik dan Total Asam Yoghurt Susu Kambing. *Program Studi Gizi*, 28–45.
- Fadhilah, D. N., Suharyanisa, Hutaeruk, D., & Nurbaya, S. (2023). Karakterisasi Simplisia dan Skrining Fitokimia Ekstrak Etanol Kayu Secang (*Caesalpinia Sappan* L). *Jurnal Ilmu Kesehatan Dan Gizi (JIG)*, 1(1), 207–217.
- Fauzan, M. D., Astuti, R. S., & R. Hermawan. (2024). Strategi Pemasaran Simplisia Kunyit (*Curcuma domestica* Val) (Studi Kasus di P4S Menoreh Herbal). 30(2), 95–100.
- Fauzy, A. (2014). Konsep Dasar Teori Sampling. *Antimicrobial Agents and Chemotherapy*, 58(12), 7250–7257. <http://arxiv.org/abs/1011.1669v0>.
- Fred R. David, F. R. D. (2015). *Strategic Management Concepts and Cases, Global Edition (2014)*. <http://http://www.pearsonmylabandmastering.com>
- Grenvilco D. O., Kumontoy, Djefry D, T. M. (2023). Pemanfaatan Tanaman Herbal Sebagai Obat Tradisional Untuk Kesehatan Masyarakat Di Desa Guaan Kecamatan Mooat Kabupaten Bolaang Mongondow Timur. 16(3), 1–20.
- Handayani, A., & Sarwono, A. E. (2021). Buku Ajar Manajemen Strategis. In *UNISRI Press*.
- Haque, M. G., Iskandar, Syarief A., Erlangga, H., Nurjaya, & Sumarsi, D. (2022). Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Hartuti, R. F., & Rochdiani, D. (2021). Perancangan Strategi Pemasaran IRT Keripik Ubi Cilembu Cihuy Chips Menggunakan SOAR *Strategic*. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*,

- 7(1), 320. <https://doi.org/10.25157/ma.v7i1.4530>
- Hashary, A. R., Damayanti, U. P., Rusdaman, R., & Nurzak, A. N. (2023). Identifikasi Senyawa Antioksidan dari Ekstrak Etanol Daun Pandan Wangi (*Pandanus amaryllifolius*) Dengan Metode 2,2-DIPHENYL-1-PICRYL-HYDRAZYL (DPPH). *Jurnal Riset Kefarmasian Indonesia*, 5(2), 204–215. <https://doi.org/10.33759/jrki.v5i2.360>
- Hayati, U. H. (2020). Pengaruh Metode *Focus Group Discussion* Terhadap Kemampuan Berpikir Kritis dan Sikap Sosial Peserta Didik pada Materi Pencemaran Lingkungan. *Kaos GL Dergisi*, 8(75), 147–154. <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798%0>
- Heikal, R. A. L. (2022). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Menggunakan Metode SOAR & QSPM (Studi Kasus: Cerita Coffe). <http://repository.uin-suska.ac.id/61976/%0A>.
- Hukom, Z., Mahulette, A. S., Nendissa, J. I., & Amba, M. (2023). *Jurnal Agroteknologi Tanaman Kayu Manis*.
- Laswati, D. T. (2022). Pengaruh Penambahan Ekstrak Jahe Merah (*Zingiber officinale* Var. *Rubrum*) pada Pembuatan Gula Batu. *Agrotech : Jurnal Ilmiah Teknologi Pertanian*, 4(1), 15–21. <https://doi.org/10.37631/agrotech.v4i1.585>
- Mahsun, M., Rofiq, A., & Ismail, M. (2022). Strategi Pengembangan Industri Kreatif Pariwisata Ramah Muslim Melalui SOAR Analysis dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). *OECONOMICUS Journal of Economics*, 6(2), 140–151. <https://doi.org/10.15642/oje.2022.6.2.140-151>
- Mariya, H. (2019). Penerapan Strategi Pemasaran Menggunakan Metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) pada Ronde Rohmat Purwokerto. *Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto*.
- Munir A. B. (2021). Analisis Pengembangan Model Bisnis Produk Bunga Telang Celup di SMK PP Negeri 1 Tegalampel Bondowoso. *Jurnal Managemen Agribisnis Dan Agroindustri*, 1–65.
- Mustapa, M. A. (2020). Penelusuran Senyawa Tumbuhan Cengkeh. In *Perpustakaan Nasional RI*.
- Putri, M. A., Rahayu, A., & Dirgantari, P. D. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT, Matriks IFE, Matriks EFE, dan Matriks IE. *Journal Scientific African*, 7 (January), 224–234. <https://doi.org/10.1016/j.sciaf.2019.e00146>
- Rafly, M., & Tajuddien, R. (2025). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Barang Menggunakan Analisis SOAR pada Toko Beryl. *Jurnal Operasional Manajemen*, 2(1), 9–17.
- Ramadhani, I., & Rusindiyanto. (2024). Analisis Strategi Soar dalam Meningkatkan Pemasaran Kalibrasi Di PT. Pal Indonesia. *Jurnal Sains Student Research*, 2(1), 531–536. <https://doi.org/10.61722/jssr.v2i1.727>.
- Restini N. K., & Satria G. A. (2023). Strategi Peningkatan Penjualan UMKM Melalui Analisis SOAR (Studi pada Usaha Bakso di Desa Banyuning). *Jurnal Satya Dharma*, 11(2), 1–9. <https://doi.org/10.55822/jnana.v11i2.343>
- Sarfin, G. R., Budiman, R., & Prima, F. (2021). Perumusan Strategi Bersaing Produk UMKM Talas Kunti Menggunakan Metode SWOT, CPM dan QSPM. *Jurnal TIN Universitas Tanjungpura*, 5(1), 178–185.

- <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jtinUNTAN/article/view/50776%0A>.
- Sari, D., & Nasuha, A. (2021). Kandungan Zat Gizi, Fitokimia, dan Aktivitas Farmakologis pada Jahe (*Zingiber officinale* Rosc.): Review. *Tropical Bioscience: Journal of Biological Science*, 1(2), 11–18. <https://doi.org/10.32678/tropicalbiosci.v1i2.5246>
- Sari, R., & Suhartati. (2016). Secang (*caesalpinia sappan* L.): Tumbuhan Herbal Kaya. *Info Teknis EBONI*, 13(1), 57–68.
- Setyorini, H., Effendi, ud, & Santoso, I. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang) *Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM (Case Study: WS Restaurant Soekarno Hatta Malang)*. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46–53.
- Sulistio, A. B. (2021). Branding Sebagai Inti dari Promosi Bisnis. *Jurnal ProFilm 2020-Boim-Membangun Branding*, 1–16. <https://indonesia.sae.edu/wp-content/uploads/2021/02/>.
- Suri, A. (2021). Isolasi dan Identifikasi Komponen Bioaktif Serai Dapur (*Cymbopogon citratus*) Dengan Ekstraksi Bertingkat Berbantu Gelombang Mikro. 6.
- Yoga. (2024). Serpihan Kayu Secang Berjuta Manfaat. *Badan POM*. <https://ditwasotsk.pom.go.id/post/serpihan-kayu-secang-berjuta-manfaat>.
- Yusra, Z., Zulkarnain, R., & Sofino, S. (2021). Pengelolaan LKP Pada Masa Pendmik Covid-19. *Journal Of Lifelong Learning*, 4(1), 15–22. <https://doi.org/10.33369/joll.4.1.15-22>
- Zamista, A. A., & Hanafi, H. (2020). Analisis SOAR pada Strategi Pemasaran di Industri Jasa Finance. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 6(1), 27. <https://doi.org/10.24014/jti.v6i1.9335>.
- Zulfa, J. F., & Rachmawati, I. (2021). *The Analysis of SWOT and IE Matrix Toward Marketing Strategy PT Bumi Mulia Seed*. *Journal E-Proceeding of Management*, 8(5), 5549–5557.