

STRATEGI PEMASARAN PRODUK WEDANG SIRIH REMPAH (STUDI KASUS CV MAMIGUS RESTU BAGUS, SRAGEN)

Oleh:
Hendri Hidayat

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal serta menentukan alternatif strategi dan strategi prioritas dalam pemasaran produk baru Wedang Sirih Rempah di CV Mamigus Restu Bagus, Sragen. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif yang dilaksanakan pada bulan Januari hingga bulan Juni 2023. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive*, sedangkan pengambilan sampel responden menggunakan *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder sebagai data pendukung. Data yang terkumpul melalui observasi dan wawancara langsung dengan informan kunci perusahaan kemudian dideskripsikan dengan metode deskriptif kualitatif. Sedangkan data yang terkumpul melalui kuesioner dengan informan kunci dan informan pendukung kemudian dianalisis dengan metode kuantitatif menggunakan analisis SWOT dan QSPM. Hasil dari wawancara dan observasi diperoleh faktor kekuatan utama adalah produk Wedang Sirih Rempah berkualitas dan selalu tersedia, faktor kelemahan utama yaitu kurangnya promosi dan informasi produk baru, peluang utama yaitu pemasaran semakin luas baik *offline*, *online*, maupun peluang pasar ekspor, dan ancaman utamanya adalah kompetitor dan persaingan harga produk sejenis. Hasil analisis data menunjukkan bahwa strategi prioritas dalam pemasaran Wedang Sirih Rempah yaitu melakukan dan meningkatkan promosi secara *offline* dan *online* melalui media sosial dan *marketplace*, dengan nilai TAS tertinggi sebesar 6,54. Artinya, strategi ini yang akan direkomendasikan ke perusahaan untuk diimplementasikan pada pemasaran produk Wedang Sirih Rempah.

Kata kunci : QSPM, Strategi pemasaran, SWOT, Wedang Sirih Rempah