

OPTIMALISASI PEMASARAN ONLINE PRODUK JAMU JAHE MERAH (STUDI KASUS DI KWT BERDIKARI, KABUPATEN WONOSOBO)

Oleh:
David Dwi Rustianto

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal serta strategi untuk mengoptimalkan pemasaran *online* di KWT Berdikari, Desa Rojoimo, Kecamatan Wonosobo yang dilaksanakan pada bulan Januari – Juli tahun 2023. Pemasaran *Online* KWT Berdikari belum optimal karena hanya menggunakan dua media sosial dari tujuh media sosial sebagai media pemasaran yang banyak digunakan saat ini. Metode penelitian menggunakan *mix methods* dengan analisis SWOT dan matriks QSPM. Pemilihan lokasi dipilih dengan pertimbangan KWT Berdikari yang mengolah produk biofarmaka. Informan terdiri dari tiga orang (pihak internal) dan 30 orang (pihak eksternal). Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, kuesioner dan FGD. Hasil Penelitian diperoleh faktor kekuatan yaitu produk jamu jahe merah sudah memiliki izin BPOM dan sertifikasi Halal MUI, faktor kelemahan yaitu penjualan produk melalui media sosial masih rendah, jangkauan pemasaran yang luas sebagai peluang dan persaingan harga produk sejenis sebagai ancaman. Strategi yang dipilih dari hasil FGD yaitu melibatkan SDM untuk mengikuti pelatihan tentang pengelolaan media sosial agar dapat memanfaatkan kualitas produk yang baik, kemasan yang menarik, penggunaan bahan baku berkualitas, legalitas produk dan harga produk terjangkau serta dapat bersaing dengan kompetitor produk sejenis.

Kata Kunci: Matriks SWOT, Media Sosial, Pemasaran Online, QSPM.