

**PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK KERIPIK KELAPA
"CRISPA" KTH MANUNGAL KARYA DENGAN METODE ANALISIS
SWOT DAN ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (AHP)**

Faishal Ahmad Dzakwan¹, Didik Purwadi², Kuncoro Harto Widodo²

¹Mahasiswa Departemen Teknologi Industri Pertanian, FTP, UGM

²Staff Pengajar Departemen Teknologi Industri Pertanian, FTP, UGM

ABSTRAK

Bisnis keripik kelapa "Crispa" yang dijalankan KTH Manunggal Karya belum memiliki penjualan yang berkelanjutan, ditambah dengan pandemi Covid-19 yang berdampak pada sulitnya upaya pemasaran produk. Penelitian ini berupaya merancang strategi pemasaran dengan pendekatan analisis SWOT untuk merumuskan berbagai alternatif strategi dan menentukan strategi prioritas dengan pendekatan AHP. Melalui analisis SWOT ditemukan sejumlah kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan yang kemudian digunakan untuk merumuskan sejumlah strategi alternatif. Tujuh alternatif yang telah dirumuskan dibentuk menjadi hierarki dan pembobotan prioritas dilakukan dalam bentuk matriks AHP. Hasil pembobotan prioritas menunjukkan urutan prioritas strategi pemasaran, mulai dari penguatan *brand storytelling*, memaksimalkan penjualan *online*, melakukan penjualan ekspor, memasarkan produk di tempat wisata, membuat kesepakatan harga dengan *supplier*, mengembangkan varian rasa baru, dan meningkatkan kapasitas produksi.

Kata kunci: keripik kelapa, strategi pemasaran, SWOT-AHP

**DESIGNING A MARKETING STRATEGY FOR COCONUT CHIPS
PRODUCTS "CRISPA" KTH MANUNGGAL KARYA WITH SWOT
ANALYSIS METHOD AND ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (AHP)**

Faishal Ahmad Dzakwan¹, Didik Purwadi², Kuncoro Harto Widodo²

¹Students in Department of Agroindustrial Technology, Faculty of Agriculture Technology,
Gadjah Mada University

²Lecturer Staff in Department of Agroindustrial Technology, Faculty of Agriculture
Technology, Gadjah Mada University

ABSTRACT

The "Crispa" coconut chip business run by KTH Manunggal Karya did not yet have sustainable sales, coupled with the Covid-19 pandemic which has an impact on the difficulty of product marketing efforts. This research seeks to design a marketing strategy with a SWOT analysis approach to formulate various alternative strategies and determine priority strategies with the AHP approach. Through a SWOT analysis, a number of strengths, weaknesses, opportunities, and challenges are found which are then used to formulate a number of alternative strategies. The seven alternatives that have been formulated formed into a hierarchy and weighting priorities is carried out in the form of an AHP matrix. The results of priority weighting show the order of priority of marketing strategies, starting from strengthening brand storytelling, maximizing online sales, making export sales, marketing products in tourist attractions, making price agreements with suppliers, developing new flavor variants, and increasing production capacity.

Keywords: coconut chips, marketing strategy, SWOT-AHP