

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN GUNA PENGEMBANGAN KERAJINAN ANYAMAN BAMBU
DI DUSUN BRAJAN SEDANGADI
MINGGIR SLEMAN**

PUDJI WISYUDA RAKHMAWATI, Ir. Bambang Kartika; Dr. Ir. Slamet Sudarmadji, M. Sc.; Ir. Guntarti Tatik Mulyati N

Universitas Gadjah Mada, 2005 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

**PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN GUNA PENGEMBANGAN
KERAJINAN ANYAMAN BAMBU DI DUSUN BRAJAN SENDANG MULYO
MINGGIR SLEMAN**

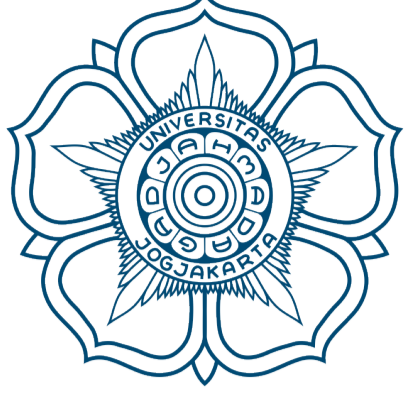
INTISARI

Sektor industri yang muncul di wilayah pedesaan perlu mendapat perhatian dari berbagai pihak guna membantu agar dapat terus berkembang. Hal ini mengingat dewasa ini warga desa membutuhkan alternatif ekonomi yang mampu menopang kehidupan mereka karena semakin menciutnya lahan-lahan pertanian.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh suatu rencana strategi pemasaran guna membantu industri kerajinan anyaman bambu yang berkembang di Dusun Brajan agar tetap eksis dimasa-masa mendatang. Penentuan strategi pemasaran dilakukan melalui analisis terhadap lingkungan internal industri untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, serta terhadap lingkungan eksternalnya untuk mengetahui peluang dan tantangan yang akan dihadapi oleh industri tersebut. Identifikasi terhadap kekuatan dan kelemahan (faktor strategis internal), dan peluang dan tantangan (faktor strategis eksternal) dilakukan melalui penyebaran kuisioner kepada selauruh pengrajin yang ada di Dusun Brajan, yang terdiri dari 16 pengrajin.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa *External Strategic Factor Analysis Summary* (EFAS) industri Brajan mempunyai skor total yang lebih besar dari *Internal Strategic Factor Analysis Summary* (IFAS), yaitu 3,04 untuk EFAS dan 2,54 untuk IFAS. Hal ini mengindikasikan bahwa kondisi lingkungan eksternal memiliki potensi yang lebih besar bagi kemajuan industri tersebut dibanding kondisi internalnya. Penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang sesuai untuk industri brajan berdasarkan faktor strategis eksternal maupun internal adalah strategi pertumbuhan dengan integrasi horizontal. Strategi ini dapat dilakukan melalui perluasan pasar, perluasan fasilitas produksi maupun teknologi, pengembangan internal maupun eksternal (akuisisi, *joint venture* dengan perusahaan lain dalam industri yang sama).

Kata Kunci : *External Strategic Factor Analysis Summary (EFAS), Internal Strategic Factors Analysis Summary (IFAS)*



PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN GUNA PENGEMBANGAN KERAJINAN ANYAMAN BAMBU
DI DUSUN BRAJAN SEDANGADI
MINGGIR SLEMAN

PUDJI WISYUDA RAKHMAWATI, Ir. Bambang Kartika; Dr. Ir. Slamet Sudarmadji, M. Sc.; Ir. Guntarti Tatik Mulyati N

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Universitas Gadjah Mada, 2005 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

PLANNING OF MARKETING STRATEGY FOR BAMBOO HANDYCRAFT INDUSTRY DEVELOPMENT IN BRAJAN VILLAGE

ABSTRACT

Appearance of industrial sector in a country needs some more attention, because they need to grow. This just because this village. Lately, need more alternative to support their lives, economically, as an effect of decreased field.

This research has a purpose of getting such a plan of marketing strategy to help this Brajan bamboo craft industry in struggling to grow for the future. This marketing strategy decision is done by many internal and external condition analyses. Internally this analysis wants to know strength and weakness of this industry, externally wants to know opportunity and threat. Identification of strength and weakness (internal strategic factors), opportunity and threat (external strategic factors) is done by scattering the questionnaire to the craft man all over Brajan village, consist of 16 craft men.

According to the research result, we can see that External Strategic Factor analysis Summary (EFAS) has a bigger score than the internal one (IFAS) here, which is 3,04 for external and 2,54 for internal. This indication shows that external environment has a bigger contribution to the growing of this industry. Research shows that a proper marketing strategy for Brajan industry, based on external and internal strategic factor is a growing strategy with horizontal integration. This strategy can be done through expanding the market, expanding production facility and technology, developing of external and internal (by acquisition, joint venture with any other company in the sector).

Key word : *External Strategic Factor Analysis Summary (EFAS), Internal Strategic Factors Analysis Summary (IFAS)*