

## **PENYUSUNAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE SWOT PADA INDUSTRI BAKPIA PATHUK 57, YOGYAKARTA, D.I.Y**

Oleh:

Fikriani Nadia Shintana Dewi<sup>1</sup>, Iman Sabarisman<sup>2</sup>, Atris Suyantohadi<sup>3</sup>, Diklusari  
Isnarosi Norsita<sup>4</sup>

Universitas Gadjah Mada

Bulaksumur, Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah

Istimewa Yogyakarta 55281

Email: fikrianinadia@mail.ugm.ac.id<sup>1</sup>, iman.sabarisman@ugm.ac.id<sup>2</sup>,  
atris@ugm.ac.id<sup>3</sup>, diklusari.in@ugm.ac.id<sup>4</sup>

### **ABSTRAK**

Yogyakarta menempati posisi kedua setelah Bali sebagai daerah tujuan wisata di Indonesia, hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya tempat wisata, kuliner khas Yogyakarta, serta masih kuatnya budaya Jawa yang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Bakpia merupakan salah satu makanan oleh-oleh khas Yogyakarta yang ramai diburu wisatawan, sehingga keberadaan wisatawan sangat mempengaruhi omset yang dihasilkan industri bakpia. Di masa era pandemi seperti ini, Yogyakarta sepi akan pengunjung sehingga industri bakpia mengalami penurunan omset penjualan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap strategi pemasaran di industri Bakpia Pathuk 57 dan menyusun strategi pemasaran di industri Bakpia Pathuk 57 dengan menggunakan metode SWOT. Penelitian ini digunakan untuk menentukan keadaan industri saat ini dan menentukan strategi yang dapat diterapkan oleh industri di masa yang akan datang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan data yang diambil menggunakan metode wawancara dan observasi. Data yang telah terkumpul diolah dan dianalisis dengan menggunakan metode SWOT yang meliputi matriks SWOT, tabel IFAS dan EFAS, serta diagram SWOT. Keunggulan produk Bakpia Pathuk 57 yaitu kualitas produk yang baik dan produk tidak bertahan lama, sedangkan kelemahan produk ini penjualan terpusat yaitu hanya dilakukan disatu tempat. Ancaman yang dihadapi industri yaitu industri pesaing semakin banyak, sedangkan

peluang yang dimiliki industri yaitu pangsa pasar bakpia luas. Hasil yang diperoleh adalah industri Bakpia Pathuk 57 berada pada kuadran 1 yaitu posisi *growth strategy* dengan posisi yang kuat dan peluang yang ditawarkan tinggi sehingga dapat meningkatkan penjualan. Maka dari itu, strategi pemasaran yang direkomendasikan adalah melakukan pengembangan pasar dan pengembangan produk dalam menentukan segmentasi produk, melakukan *repositioning* terhadap produk bakpia dengan tujuan untuk memantapkan posisi industri dibandingkan dengan pesaing, serta melaksanakan *mass marketing* dalam menetapkan target untuk kedepannya.

Kata kunci: Analisis SWOT, Bakpia, IFAS, EFAS, Strategi Pemasaran

## **DRAFTING OF MARKETING STRATEGIES USING SWOT METHOD IN BAKPIA PATHUK 57, YOGYAKARTA, D.I.Y**

By:

Fikriani Nadia Shintana Dewi<sup>1</sup>, Iman Sabarisman<sup>2</sup>, Atris Suyantohadi<sup>3</sup>, Diklusari  
Isnarosi Norsita<sup>4</sup>

Universitas Gadjah Mada

Bulaksumur, Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah

Istimewa Yogyakarta 55281

Email: [fikrianinadia@mail.ugm.ac.id](mailto:fikrianinadia@mail.ugm.ac.id)<sup>1</sup>, [iman.sabarisman@ugm.ac.id](mailto:iman.sabarisman@ugm.ac.id)<sup>2</sup>,  
[atris@ugm.ac.id](mailto:atris@ugm.ac.id)<sup>3</sup>, [diklusari.in@ugm.ac.id](mailto:diklusari.in@ugm.ac.id)<sup>4</sup>

### **ABSTRACT**

*Yogyakarta occupies the second position after Bali as a tourist destination in Indonesia, this is evidenced by the many tourist attractions, culinary specialties of Yogyakarta, and the still strong Javanese culture which is the main attraction for tourists. Bakpia is one of the typical souvenirs of Yogyakarta which is busy being hunted by tourists, so the presence of tourists greatly affects the turnover generated by the bakpia industry. During this pandemic era, Yogyakarta is empty of visitors, so the bakpia industry has experienced a decline in sales turnover. Therefore, this study aims to identify internal and external factors that influence the marketing strategy in the Bakpia Pathuk 57 industry and develop a marketing strategy in the Bakpia Pathuk 57 industry using the SWOT method. This research is used to determine the current state of the industry and determine strategies that can be applied by the industry in the future. This research uses descriptive qualitative research method with data taken using interview and observation methods. The data that has been collected is processed and analyzed using the SWOT method which includes a SWOT matrix, IFAS and EFAS tables, and SWOT diagrams. The advantages of the Bakpia Pathuk 57 product are that the product quality is good and the product does not last long, while the weakness of this product is centralized sales, which is only done in one place. The threat faced by the industry is that there are more and more competing industries, while the opportunities the industry has are the broad bakpia market share. The results obtained are that the Bakpia Pathuk*

*57 industry is in quadrant 1, namely a growth strategy position with a strong position and high opportunities offered so as to increase sales. Therefore, the recommended marketing strategy is to carry out market development and product development in determining product segmentation, repositioning bakpia products with the aim of strengthening the industry's position compared to competitors, and implementing mass marketing in setting targets for the future.*

*Keywords: Bakpia, EFAS, IFAS, Marketing Strategy, SWOT analysis*