

PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK *EGG ROLL* WALUH MENJADI PRODUK UNGGULAN DI CEPU, BLORA, JAWA TENGAH

Ellya Wahyu Aghatta Putri¹, Mochammad Maksum², Makhmudun Ainuri²

ABSTRAK

Industri pengolahan sumber daya lokal menjadi produk unggulan daerah mulai berkembang saat ini, salah satunya yaitu industri pengolahan waluh menjadi produk *Egg Roll* Waluh Ngudi Roso di Cepu, Blora, Jawa Tengah. Meskipun mulai meningkat, namun pengembangan dan pemasarannya untuk menjadi produk unggulan daerah masih mengalami kendala. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal industri yang paling mempengaruhi pemasaran produk *Egg Roll* Waluh, menentukan rencana strategi pemasaran *Egg Roll* Waluh, dan untuk memperoleh *grand strategy* dalam pemasaran *Egg Roll* Waluh menjadi produk unggulan daerah.

Analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats* (SWOT) digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) industri yang mempengaruhi pemasaran *Egg Roll* Waluh. Identifikasi dan klasifikasi kedua faktor tersebut sebagai acuan analisis SWOT, dilakukan dengan pemberian skor dan bobot. Dari total skor kemudian dibuat diagram SWOT untuk mengetahui posisi industri. Selanjutnya matriks Internal–Eksternal dibuat untuk mengetahui strategi yang dapat diterapkan di industri. Tahap akhirnya adalah membuat Matriks SWOT untuk menggambarkan peluang dan ancaman industri sesuai dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki industri. Dari hasil matriks SWOT kemudian dibuat rancangan *grand strategy* pemasaran *Egg Roll* Waluh menjadi produk unggulan daerah.

Dari penelitian ini, diketahui jika industri *Egg Roll* Waluh Ngudi Roso memiliki 7 kekuatan, 6 kelemahan, 5 peluang, dan 1 ancaman dengan nilai skor total faktor internal dan eksternal masing-masing adalah 2,924 dan 2,996. *Grand strategy* yang dapat dilakukan industri adalah memanfaatkan potensi budidaya dan pengolahan waluh didukung oleh isu ke-khas-an produk yang terbuat dari hasil pertanian lokal yaitu waluh dan adanya kebijakan dari pemerintah daerah melalui pemberian bantuan mesin serta keikutsertaan industri dalam pameran tingkat daerah maupun nasional untuk memperkenalkan produk secara luas.

Kata Kunci : *Egg Roll* Waluh, Pemasaran, Produk Unggulan, Analisis SWOT

¹ Mahasiswa Jurusan Teknologi Industri Pertanian, FTP UGM

² Staff Pengajar Teknologi Industri Pertanian, FTP UGM

MARKETING STRATEGIC PLANNING OF PUMPKIN EGG ROLL AS A PRIORITIZED PRODUCT IN CEPU, BLORA, JAWA TENGAH

Ellyya Wahyu Aghatta Putri¹, Mochammad Maksum², Makhmudun Ainuri²

ABSTRACT

Production of pumpkin egg roll, initiated by SME *Ngudi Roso*, as a prioritized product in Cepu, Blora, began to increase. However, marketing of the product was still experiencing some problems. Hence, this research was intended for several outputs. First, to find out which factors, both internal and external, having the most influence on marketing of the product. Second, to determine strategic planning for marketing the product, and third is to formulate marketing grand strategy for promoting it as a local prioritized product.

SWOT analysis was used to identify internal factor, such as strengths and weaknesses, and external factor, such as opportunities and threats, that were considered to influence marketing of the product. This identification was done through scoring and grading. A SWOT-diagram then was developed to find out position of the SME. Furthermore, the internal-external matrix was made to find out which strategy was the most appropriate to be applied in the SME. As the last phase, SWOT-matrix was made to describe the opportunities and threats of the SME in accordance with its strengths and weaknesses. Based on the SWOT-matrix, a marketing grand strategy of the product, as the third output of the research, was developed.

It was found out that the SME had seven strengths, six weaknesses, five opportunities, and one threats, with the total scores of 2.924 and 2.996 for internal and external factors, respectively. According to the scores, the strategies that should be applied by SME were: promoting cultivation and processing of pumpkin as a potential prioritize local agricultural product; local government aid through provision of appropriate processing machinery; and massive promotion of the product through participation in local and national exhibitions.

Keywords: pumpkin egg roll, marketing, prioritize local product, SWOT

¹ Student of Agro-industrial Technology Department, FTP UGM

² Lecturer Staff of Agro-industrial Technology Department, FTP UGM