

ABSTRAK

Judul Penelitian : Menggali Narasi Pelaku Usaha :
Analisis Strategi Promosi Warung
Joyoboyo dengan Pendekatan SWOT
Dosen : Anita Sumelvia Dewi, S.I.Kom., M.M
Pembimbing 1
Dosen : Dr. Nur Hidayati, S.E., M.M., CSRS.,
Pembimbing 2 CSRA
Nama Mahasiswa : Gazza Aimar Degadypta
NPM : 22130210092

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi promosi yang efektif bagi UMKM Warung Joyoboyo Kediri dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berbasis studi kasus. UMKM Warung Joyoboyo Kediri menghadapi persaingan yang ketat serta perubahan preferensi konsumen, sehingga diperlukan strategi promosi yang tepat. Melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi, data dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Data kemudian diklasifikasikan ke dalam kategori SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama terletak pada cita rasa yang khas dan harga yang terjangkau, sedangkan kelemahan pada promosi digital dan sistem pencatatan yang masih terbatas. Peluang yang tersedia antara lain tren penggunaan media sosial dan dukungan dari pemerintah, sementara ancaman berasal dari pesaing sejenis dan fluktuasi harga bahan baku. Penelitian ini

memberikan kontribusi dalam merumuskan strategi promosi berbasis lokal bagi UMKM.

Kata kunci : Strategi promosi, Analisis SWOT, UMKM

Abstrack

This research aims to formulate effective promotional strategies for MSME Warung Joyoboyo Kediri using a descriptive qualitative approach based on case studies. MSME Warung Joyoboyo Kediri faces intense competition and changing consumer preferences, requiring appropriate promotional strategies. Through in-dept interviews, field observations, and documentation, data was analyzed through data reduction, data presentation, and conclusion drawing, with data validity testing using source triangulation. The data was then classified into SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) categories. Research results show that the main strengths lie in distinctive taste and affordable prices, while weaknesses include digital promotion and recording systems. Available opportunities include social media trends and government support, while threats come from similar competitors and raw material price fluctuations. This research contributes to formulating locally-based promotional strategies for MSME.

Keywords : Promotional strategy, SWOT analysis, MSME