

**ANALISIS PEMASARAN PADA INDUSTRI UMKM MIE KOTA
BALIKPAPAN MENGGUNAKAN METODE *STRENGTH, WEAKNESS,
OPPURTUNITY, THREAT (SWOT) DAN ANALYTIC NETWORK PROCESS
(ANP)***

Nama Mahasiswa : Muhamad Ramdani
NIM : 12191047
Dosen Pembimbing Utama : Mochamad Sulaiman, S.Pd., M.MT., IPP.
Dosen Pembimbing Pendamping : Christopher Davito P. H., S.Si., M.T.

ABSTRAK

Pada indsutri UMKM mie Kota Balikpapan dalam melakukan pemasaran produk masih dilakukan dengan cara tradisional *door to door* ke para penjual kuliner, pengetahuan mengenai pemasaran secara *online* masih sangat kurang, sulitnya menemukan tempat produksi mie karena tidak adanya plang nama, dan produksi mie masih dalam skala kecil dikarenakan pembuatan mie menggunakan mesin standar rumahan sehingga, pemasaran hanya dapat melayani pengiriman di dalam area Kota Balikpapan. Penelitian ini bertujuan untuk membentuk strategi pemasaran berdasarkan anailisis pemasaran menggunakan *strength, weakness, oppurtunity, threat (SWOT)* dan melakukan penentuan strategi pemasaran optimal menggunakan metode *Analytic Network Process (ANP)* dengan *software Super Decision V 3. 2*. Terdapat 14 variebel yang digunakan dalam penelitian tugas akhir ini yaitu budaya organisasi, fungsi produksi, *value chain*, fungsi manajemen, SIM, *research & development*, fungsi pemasaran, pembeli, pemasok, *environtment*, produk pengganti, pesaing industri, dan pendatang baru Adapun hasil dari penelitian ini didapatkan 3 strategi pemasaran optimal dari 7 stratetegi pemasaran yang ada yaitu: menjalin kerjasama dengan minimarket (0.18710), mengiktui pelatihan kewirausahaan (0.16442), meningkatkan promosi (0.16279).

Kata Kunci: ANP, Industri UMKM Mie, Strategi Pemasaran,SWOT.

