

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK BAKPIA PATHOK 25 MENGUNAKAN PENDEKATAN SWOT DAN PESTLE

Eva Susanti Bancin¹, Ibnu Abdul Rosid², Grita Suprianto Dewi³

INTISARI

Latar Belakang: Strategi pemasaran merupakan upaya memasarkan suatu produk dengan menggunakan pola rencana tertentu, supaya memperoleh jumlah penjualan yang tinggi dengan menghasilkan keuntungan yang tinggi pula. Penting bagi sebuah perusahaan untuk memiliki strategi dalam bisnisnya agar mampu bersaing dipasaran.

Tujuan: Menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran Bakpia Pathok 25 menggunakan pendekatan SWOT (*strength, weakness, opportunity, threats*). Mengetahui faktor eksternal perusahaan yang ditinjau secara lebih luas dengan pendekatan PESTLE (*politic, economic, social, technology, legal, enviroenment*).

Metode Penelitian: SWOT (*strength, weakness, opportunity, threats*) dan PESTLE (*politic, economic, social, technology, legal, enviroenment*).

Hasil: Melalui hasil penelitian menunjukkan bahwa diagram *cartecius* terletak pada kuadran I, hal itu menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kondisi penerapan strategi agresif (*Growth Oriented Strategy*). Hasil analisis PESTLE pada Bakpia Pathok 25 juga diketahui faktor eksternal secara lebih luas dilihat dari luar perusahaan seperti perspektif politik, ekonomi, sosial, teknologi, hukum dan juga lingkungan.

Kesimpulan: Bakpia Pathok 25 memiliki kondisi penerapan strategi agresif (*Growth Oriented Strategy*) dengan situasi yang sangat menguntungkan, yaitu memiliki kekuatan sehingga mampu memanfaatkan peluang yang ada. Melalui Analisis *PESTLE* dapat membantu Bakpia pathok 25 untuk melakukan evaluasi terhadap bisnisnya melalui perspektif *perspektif politik, ekonomi, sosial, teknologi, hukum dan juga lingkungan*.

Kata Kunci: *SWOT, PESTLE, Strategi, Pemasaran, Bakpia* .

¹ Mahasiswa Program Studi Teknik Industri Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

² Dosen Program Studi Teknik Industri Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

³ Dosen Program Studi Teknik Industri Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

***Analysis of Bakpia Pathok 25 Product Marketing Strategy Using SWOT and
PESTLE Approaches***

Eva Susanti Bancin¹, Ibnu Abdul Rosid², Grita Suprianto Dewi³

ABSTRACT

Background: Marketing strategy is an effort to promote a product using a specific plan pattern, aiming to achieve high sales volume and consequently generate significant profits. It is crucial for a company to possess a strategy within its business to be capable of competing in the market.

Objective: To analyze the internal and external factors influencing the marketing strategy of Bakpia Pathok 25 using the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) approach. To identify the broader external factors of the company through the PESTLE (Political, Economic, Social, Technological, Legal, Environmental) approach.

Method: SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) and PESTLE (Political, Economic, Social, Technological, Legal, Environmental).

Results: The research findings indicate that the Cartesian diagram is situated in Quadrant I, signifying that the company is in a condition to implement an aggressive strategy (Growth Oriented Strategy). The PESTLE analysis of Bakpia Pathok 25 also reveals broader external factors when viewed from outside the company, including political, economic, social, technological, legal, and environmental perspectives.

Conclusion: Bakpia Pathok 25 is employing an aggressive strategy (Growth Oriented Strategy) under highly favorable circumstances, leveraging its strengths to capitalize on existing opportunities. The PESTLE analysis assists Bakpia Pathok 25 in evaluating its business through political, economic, social, technological, legal, and environmental perspectives.

Keywords: SWOT, PESTLE, Strategy, Marketing, Bakpia

¹ Student Of Industrial Engineering Program Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

² Lecturer Of Industrial Engineering Program Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

³ Lecturer Of Industrial Engineering Program Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta