

SKRIPSI

**STRATEGI PROMOSI DIGITAL USAHA MIKRO KERIPIK
INCESS DALAM MEMPERLUAS PEMASARAN PRODUK
MENGUNAKAN ANALISIS SWOT DAN AHP
(*Analytical Hierarchy Process*)**

**OLEH:
SAFIRA MIRANDA
NIM. C1021211066**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2025**

SKRIPSI

**STRATEGI PROMOSI DIGITAL USAHA MIKRO KERIPIK
INCESS DALAM MEMPERLUAS PEMASARAN PRODUK
MENGUNAKAN ANALISIS SWOT DAN AHP
(*Analytical Hierarchy Process*)**

**OLEH:
SAFIRA MIRANDA
NIM. C1021211066**

**Skripsi Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Dalam Bidang Pertanian**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2025**

**STRATEGI PROMOSI DIGITAL USAHA MIKRO KERIPIK
INCESS DALAM MEMPERLUAS PEMASARAN PRODUK
MENGUNAKAN ANALISIS SWOT DAN AHP
(Analytical Hierarchy Process)**

Tanggung Jawab Yuridis Material Pada:

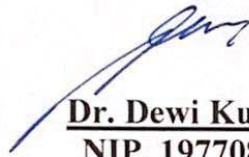
SAFIRA MIRANDA
NIM. C1021211066

Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian

**Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus Ujian Skripsi
Pada Tanggal: 31, Juli 2025 Berdasarkan SK Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Tanjungpura Nomor: 5916/UN22.3/TD.06/2025**

Tim Penguji

Pembimbing I



Dr. Dewi Kurniati S.P., MM
NIP. 197708102000122001

Pembimbing II



Anita Suharyani S.P., MP
NIP. 199001302015042001

Penguji I



Dr. Ir. Erlinda Yurisinthae, MP
NIP. 197001031994022001

Penguji II



Dedy kurniadi, S.P., MP
NIP. 1977805092001121003

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura



Prof. Dr. Hj. Denah Suswati, MP., IPU

NIP. 196505301989032001

PERNYATAAN HASIL KARYA ILMIAH SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI

Saya menyatakan bahwa skripsi “Strategi Promosi Digital Usaha Mikro Keripik Incess Dalam Memperluas Pemasaran Produk Menggunakan Analisis SWOT dan AHP (*Analytical Hierarchy Process*)” adalah karya saya sendiri dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang dikutip dari karya yang diterbitkan dan maupun yang tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan di dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka. Saya melimpahkan hak cipta dari skripsi saya kepada Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura.

Pontianak, Juni 2025
Penulis



Safira Miranda
C1021211066

MOTTO

*“You will not win or lose to anyone,
everyone is on their own path. Walk more calmly”*

*“Dan, diantara kemustahilan-kemustahilan itu, sekali lagi tuhan menyakinkanku
untuk tetap melangkah saja”*

-Whoimmal

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Safira Miranda, lahir di Desa Mobui, Kecamatan Kembayan, Kabupaten Sanggau, Provinsi Kalimantan Barat pada tanggal 2 Juni 2003. Penulis merupakan anak ketiga dari tiga saudara dari pasangan alm Bapak Norman dan Ibu Mariamah. Jenjang pendidikan penulis dimulai pada tahun 2009 dengan menempuh pendidikan Sekolah dasar Negeri (SDN) 10 Sanggau dan selesai pada tahun 2015, kemudian penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 1 Sanggau hingga lulus pada tahun 2018. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 3 Sanggau dan lulus pada tahun 2021. Kemudian, melanjutkan ke perguruan tinggi pada tahun 2021 melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN) dan diterima sebagai mahasiswa di Universitas Tanjungpura, Fakultas Pertanian, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Program Studi Agribisnis.

Sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pertanian. Universitas Tanjungpura Pontianak, penulis telah melaksanakan penelitian dengan judul “**Strategi Promosi Digital Usaha Mikro Keripik Incess Dalam Memperluas Pemasaran Produk Menggunakan Analisis SWOT dan AHP (*Analytical Hierarchy Process*)**” dibimbing oleh Dr. Dewi Kurniati SP, MM selaku pembimbing pertama dan Anita Suharyani, S.P.MP sebagai pembimbing kedua.

RINGKASAN SKRIPSI

Penelitian yang berjudul “Strategi Promosi Digital Usaha Mikro Keripik Incess Dalam Memperluas Pemasaran Produk Menggunakan Analisis SWOT dan AHP (*Analytical Hierarchy Process*)”. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh rendahnya efektivitas strategi promosi digital yang diterapkan oleh UMKM Keripik Incess di Kota Pontianak, yang tercermin dari minimnya keterlibatan konsumen di berbagai platform digital seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *Shopee*. Permasalahan utama yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana faktor internal dan eksternal memengaruhi promosi digital Keripik Incess, serta bagaimana analisis SWOT dan metode AHP dapat digunakan untuk merumuskan strategi promosi digital yang lebih efektif dalam memperluas jangkauan pemasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) yang dihadapi oleh Keripik Incess, serta merumuskan strategi prioritas yang tepat menggunakan metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*). Penelitian ini menggunakan metode *mixed method* yang menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, sedangkan metode AHP digunakan untuk menentukan prioritas strategi promosi berdasarkan bobot kepentingan setiap kriteria. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini berdasarkan analisis SWOT, diperoleh Posisi koordinat ($X=0,90$; $Y=0,50$) menunjukkan bahwa Keripik Incess berada pada kuadran I, yaitu strategi agresif, yang berarti dapat menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal secara maksimal. Alternatif strategi promosi yang kemudian diprioritaskan menggunakan metode AHP. Hasil AHP menunjukkan bahwa strategi dengan bobot tertinggi adalah SO1 Mengoptimalkan pemasaran digital dengan memanfaatkan kualitas produk dan ulasan pelanggan (bobot 0,37), diikuti oleh SO4: Mengoptimalkan program inkubasi dalam kemandirian produksi, teknologi, dan promosi (bobot 0,34). Strategi SO1 dinilai paling prioritas karena dapat langsung membangun kepercayaan konsumen melalui konten visual yang menarik dan ulasan positif di media sosial, sedangkan SO4 mendukung kesiapan internal seperti SDM dan teknologi agar strategi berjalan secara konsisten.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Tuhan yang Maha Esa, atas berkat dan limpahan rahmat-Nya, peneliti masih di beri kesempatan untuk dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Promosi Digital Usaha Mikro Keripik Incess Dalam Memperluas Pemasaran Produk Menggunakan Analisis SWOT dan AHP (*Analytical Hierarchy Process*)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan kelulusan Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Tanjungpura Pontianak serta sebagai bagian dari tugas akhir yang harus diselesaikan oleh peneliti. Dalam kesempatan ini, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan motivasi, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Ucapan rasa syukur dan doa penulis curahkan kepada setiap orang yang telah menjadi motivasi dan memberikan kontribusi bagi peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir Hj. Denah Suswati, M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura Pontianak.
2. Dr. Novira Kusriani, S.P., MSi selaku ketua jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura Pontianak.
3. Imelda, SP., M.Sc selaku ketua prodi Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura Pontianak.
4. Dr. Dewi Kurniati, S.P, MM selaku dosen pembimbing pertama yang sudah bersedia membantu dalam proses dari awal penulisan skripsi dan memberikan semangat kepada peneliti.
5. Anita suharyani, S.P., MP selaku dosen pembimbing akademik dan pembimbing kedua yang sudah bersedia meluangkan waktu dan saran untuk memberikan bimbingan, nasihat dan ide serta mengarahkan peneliti dalam menyusun skripsi.
6. Dr. Ir Erlinda Yurisinthae, M.P selaku penguji pertama yang sudah bersedia meluangkan waktu untuk memberi saran dan masukan.
7. Dedi Kurniady, S.P., MP selaku penguji kedua yang sudah bersedia meluangkan waktu untuk memberi saran dan masukan.

8. Almarhum bapak Norman ayahanda tercinta ucapan terimakasih yang setulus tulusnya. Meski raga beliau telah tiada, kehadirannya senantiasa menemani hati dan pikiran penulis. Kehangatan kasih dan keteguhannya tak pernah benar-benar pergi, dalam setiap langkah dan keraguan beliau menjadi cahaya yang membimbing untuk tetap bertanggung jawab dan melanjutkan hidup serta memberikan kekuatan untuk berdiri melangkah hingga dapat menyelesaikan tanggung jawab ini.
9. Ibu Mariamah terimakasih yang sebesar besarnya. Dalam setiap lelah dan kegunahan beliau ada dengan pelukan hangat, cinta yang tulus dan semangat yang tak pernah padam. Terimakasih atas dorongan yang tak pernah pudar, atas kasih tak bersyarat dan terlebih lagi atas ketulusan hati yang tak pernah menuntut apapun dari penulis, selain melihat penulis tetap tegar dan terus melangkah.
10. Nina Rahawani terimakasih yang mendalam penulis haturkan kepada kakak pertama yang senantiasa menjadi sosok yang penuh cinta dan ketulusan. Dalam setiap keinginan yang selalu dipenuhi dengan memberikan dukungan tanpa syarat dan tanpa lelah menopang dalam berbagai hal. Terimakasih telah menjadi bagian penting dalam perjalanan penulis dengan hati yang selalu terbuka serta kasih yang tak pernah berkurang.
11. Mira Novianti terimakasih yang setulus-tulusnya penulis haturkan kepada almarhumah kakak kedua. Semasa hidupnya tak pernah lelah memperjuangkan penulis agar terus melanjutkan pendidikan setinggi-tingginya. Dukungan, cinta dan kasih sayang yang beliau berikan tak pernah surut bahkan hingga hembusan nafas terakhirnya. Semangat dan pengorbanan beliau menjadi warisan berharga yang terus menyala di dalam hati penulis, menjadikan alasan kuat untuk menyelesaikan perjalanan ini dengan sepenuh hati dan rasa syukur yang mendalam.
12. Serda Ilan Khusnul Khotimah sebagai teman baik penulis yang selalu memberikan dukungan untuk terus melanjutkan dan semangat yang luar biasa.
13. Terimakasih kepada member GB yang selalu membersamai penulis dalam pembuatan karya tulis ini dan mmbantu penuh dalam berbagai hal.

14. Teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu selaku pemberi kritik dan saran yang dapat membangkitkan semangat penulis dan setia menemani penulis dalam proses penulisan.
15. Rekan-rekan mahasiswa Agribisnis angkatan 2021 yang selalu siap memberikan saran dan bantuan secara ikhlas untuk menyelesaikan proposal ini dengan tepat waktu.
16. Seluruh pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
17. Terakhir, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang terdalam untuk Safira Miranda atas keberanian dan keteguhan hati serta kuat melewati kerikil-kerikil dari perjalanan ini. Meski banyak tantangan, suka dan duka yang menghadang, air mata dan tawa yang silih berganti tak pernah gentar meskipun dengan lelah dan terluka. Sangat bangga telah berani berjuang sejauh ini tanpa menyerah untuk meniti berbagai mimpi dengan percaya diri. Terimakasih telah menjadi sahabat terbaik bagi diri sendiri dan terus percaya bahwa semua pengorbanan ini akan terbayar dengan kebahagiaan dan kebanggaan bagi diri sendiri.

Peneliti menyadari bahwa terdapat kekurangan dalam skripsi ini jauh dari kata sempurna baik dari materi maupun teknik penyajiannya, mengingat kurangnya pengalaman. Penulis sudah berusaha dengan maksimal dalam menyelesaikan tugas ini dan selalu menerima kritik dan saran yang ingin disampaikan kepada peneliti sangat berarti sebagai bahan pembelajaran untuk peneliti membuat karya tulis akhir yang lebih baik di masa yang akan datang. Terima kasih atas segala masukan dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat menjadi tambahan ilmu bagi pembaca dan siapa saja yang membutuhkannya.

Pontianak, Juli 2025

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN.....	4
A. Tinjauan Pustaka	4
1. Strategi Pemasaran	4
2. Promosi Digital.....	5
3. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	7
4. Analisis SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunity, Threats</i>).....	9
5. <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP).....	10
B. Penelitian Terdahulu	12
C. Kerangka Konsep.....	14
BAB III METODE PENELITIAN	16
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	16
B. Teknik Penelitian	16
1. Sumber data.....	17
2. Populasi dan Sampel.....	18

C. Variabel Penelitian.....	20
D. Analisis Data	20
1. Analisis IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>)	20
2. Analisis EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>).....	22
3. Analisis IE (<i>Internal Eksternal</i>).....	23
4. Penyusunan Matriks SWOT	24
5. Analisis AHP (<i>Analytical Hierarchy Process</i>).....	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30
A. Gambaran Umum Lokasi	30
1. Sejarah Singkat Usaha.....	30
2. Produk yang Dibuat Oleh Keripik Incess.....	31
3. Strategi Pengembangan Usaha Keripik Incess.....	33
B. Karakteristik Responden	34
1. Jenis kelamin	36
2. Usia.....	36
3. Pendidikan.....	36
4. Pekerjaan	37
C. Perumusan Faktor Internal dan Eksternal Keripik Incess.....	37
3. Analisis Matriks IE (Internal-Eksternal)	49
4. Matriks SWOT	51
D. Strategi Perluasan Pemasaran Keripik Incess Dengan Metode AHP...	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
A. KESIMPULAN	67
B. SARAN	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN	74

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Kriteria UMKM.....	8
Tabel 2. Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3. Kriteria Data Responden	19
Tabel 4. Analisis IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>)	21
Tabel 5. Analisis EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>).....	22
Tabel 7. Matriks Perbandingan Berpasangan.....	27
Tabel 8. Skala Perbandingan Berpasangan.....	28
Tabel 9. Karakteristik Responden	35
Tabel 10. Rekapitulasi Hasil Matriks IFAS.....	45
Tabel 11. Rekapitulasi Hasil Matriks EFAS	47
Tabel 12. Matriks IE (Internal-Eksternal)	49
Tabel 13. Matriks SWOT	51
Tabel 14. Identifikasi Kriteria dan Sub Kriteria Strategi Promosi Digital Keripik Incess.....	57
Tabel 15. Matrik Perbandingan Berpasangan Antar Kriteria	59
Tabel 16. Matrik Pengembangan Preferensi Dalam Kriteria.....	60
Tabel 17. Matrik Kriteria dengan <i>Eigen Vector</i>	60
Tabel 18. Nilai Random Indeks.....	61
Tabel 19. Hasil Kuesioner Tingkat Kepentingan Antar Kriteria Untuk <i>Strength Opportunity (SO)</i>	61
Tabel 20. Matriks Tingkat Kepentingan Antar Kriteria	62
Tabel 21. Matriks Normalisasi dan Pembobotan kriteria Untuk Kriteria <i>Strength (S)</i>	62
Tabel 22. Rekapitulasi Perhitungan Bobot Kriteria.....	64
Tabel 23. Rekapitulasi Perhitungan Bobot Alternatif	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka Konsep.....	15
Gambar 2. Matriks IE	24
Gambar 3. Analisis SWOT	25
Gambar 4. Langkah-Langkah Metode AHP	26
Gambar 5. Struktur Hirarki AHP	27
Gambar 6. Lokasi Usaha Mikro Keripik Incess	31
Gambar 7. Produk Keripik Incess.....	32
Gambar 8. Dokumentasi Keterlibataan Keripik Incess	33
Gambar 9. Koordinat SWOT	50
Gambar 10. Struktur Hirarki.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Dokumentasi	74
Lampiran 2. Lanjutan	75
Lampiran 3. Data Penjualan Keripik Incess	76
Lampiran 4. Data Biaya Operasional Keripik Incess	77
Lampiran 5. Kuesioner Responden	78
Lampiran 9. Kuesioner Analisis IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>).....	80
Lampiran 10. Kuesioner Analisis EFE (<i>Eksternal Factor Evaluation</i>).....	81
Lampiran 11. Kuesioner KSF (<i>Key Succes Factors</i>).....	82
Lampiran 12. Data Responden	84
Lampiran 13. Hasil Analisis Data SWOT	85
Lampiran 14. Kuesioner Perbandingan Berpasangan AHP (<i>Analitycal Hirarcy Proses</i>).....	86
Lampiran 15. Kuesioner Perbandingan Berpasangan Antar Alternatif.....	87
Lampiran 16. Hasil Analisis Data AHP (<i>Analisis Hirarcy Proses</i>).....	88

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari, sehingga memungkinkan individu dan organisasi untuk terhubung secara global dengan mudah dan cepat. Teknologi informasi adalah seperangkat teknologi yang digunakan untuk memproses, menghasilkan dan menyebarkan informasi dalam berbagai bentuk secara efektif dan efisien (Avriyanti, 2022). Transformasi digital tidak hanya mempengaruhi sektor industri besar, tetapi juga memberikan peluang bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) untuk memperluas jangkauan pasar. Maka, dengan adanya perkembangan tersebut pemasaran produk melalui berbagai platform online menjadi salah satu strategi yang sangat penting bagi pelaku usaha termasuk UMKM (Gisheilla et al., 2023). Melalui pemanfaatan digitalisasi seperti media sosial, website bisnis dan *e-commerce* UMKM dapat meningkatkan visibilitas produk dan membangun interaksi dengan konsumen serta memungkinkan adanya persaingan yang lebih kompetitif. Hal tersebut dapat meningkatkan penjualan tanpa terbatas oleh faktor geografis, adopsi teknologi bagi pelaku usaha bukan hanya pilihan melainkan kebutuhan agar dapat berkembang secara berkelanjutan di era digital.

Pesatnya digitalisasi dan adanya persaingan semakin menuntut UMKM untuk beradaptasi dengan berbagai tantangan, seperti inovasi produk, peningkatan keterampilan sumber daya manusia, serta optimalisasi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar. Hal tersebut memberikan perhatian pada UMKM di Kota Pontianak yang semakin menyadari pentingnya pemasaran digital, *e-commerce* dan sistem manajemen berbasis data sebagai kunci daya saing dan inovasi usaha. Maraknya usaha kuliner yang menerapkan strategi dalam pemasaran menunjukkan bagaimana digitalisasi telah menjadi faktor utama dalam pertumbuhan bisnis menyebabkan persaingan yang semakin kompetitif, sehingga para pelaku usaha dituntut untuk dapat melihat

berbagai kesempatan yang ada dalam menarik konsumen dan mempertahankannya (Sudirman, 2020).

Kota Pontianak memiliki berbagai macam UMKM di sektor kuliner, dan salah satu yang menjadi fokus perhatian peneliti adalah Keripik Incess yang terletak di jalan Purnama, Gg Madyosari 3 No 15 A. Keripik Incess merupakan salah satu usaha mikro yang produknya banyak diminati konsumen, baik sebagai konsumsi pribadi dan oleh-oleh. Meskipun strategi pemasaran digital telah diterapkan, tingkat manfaatnya masih tergolong rendah. Menurut data terbaru UKM Keripik Incess yang didirikan pada tahun 2018, hingga saat ini akun *instagram* memiliki 1.067 pengikut, sementara *facebook* mencapai 3.400 pengikut dan *shopee* baru memperoleh 13 pengikut. Rendahnya angka *engagement* ini menunjukkan bahwa upaya menarik perhatian dan minat konsumen melalui media digital masih belum optimal. Melalui alternatif strategi promosi digital yang tepat dengan pendekatan SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dan AHP (*Analytical Hierarchy Process*), diharapkan dapat membangun keinginan konsumen terhadap produk dan mendorong mereka untuk melakukan tindakan pembelian. Oleh karena itu, diperlukan strategi promosi digital yang lebih efektif dan terarah untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk Keripik Incess.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi promosi digital yang lebih efektif guna membantu meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasar Keripik Incess. Setelah memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keterlibatan pelanggan di berbagai platform digital, bisnis ini dapat merancang sistem promosi yang lebih menarik, interaktif, serta sesuai dengan preferensi target pasar. Mengingat persaingan bisnis yang semakin ketat, pemahaman mendalam terhadap tren digitalisasi dan perilaku konsumen menjadi kunci utama dalam menentukan langkah strategis yang tepat (Aissiyah et al., 2024). Dalam mengatasi tantangan ini, penelitian ini akan menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi efektivitas strategi pemasaran digital pada Keripik Incess sehingga akan menimbulkan alternatif strategi. Selain itu, metode AHP

digunakan untuk mengambil keputusan secara efektif atas beberapa alternatif strategi yang telah dihasilkan sebelumnya. Metode ini dilakukan dengan cara memberikan nilai numerik untuk mensintesis berbagai pertimbangan dalam menetapkan strategi yang mempunyai prioritas tertinggi sekaligus yang dapat mempengaruhi hasil terhadap situasi. Melalui pendekatan ini, diharapkan strategi promosi digital yang dihasilkan lebih terstruktur dan selaras dengan kebutuhan bisnis. Sehingga, mampu memperluas pangsa pasar dan mempertahankan bisnis secara berkelanjutan serta mampu berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan daya saing produk UMKM di pasar yang lebih luas.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan terdapat beberapa rumusan masalah, berikut merupakan masalah yang akan dibahas:

1. Bagaimana faktor internal dan faktor eksternal yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terdapat pada UKM Keripik Incess?
2. Bagaimana analisis SWOT dan AHP dapat membantu mengembangkan strategi pemasaran digital UKM Keripik Incess dalam meningkatkan jangkauan pasar?
- 3.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dan latar belakang rumusan yang telah diuraikan maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Menganalisis faktor internal dan faktor eksternal yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terdapat pada UKM Keripik Incess
2. Merumuskan strategi yang tepat dalam memperluas pemasaran UKM Keripik Incess dengan menggunakan analisis SWOT dan AHP