

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Produk Aneka Keripik Pada UMKM Sekar Arum Sukosewu Gandusari Blitar” yang ditulis oleh Chusnul Chotimah, NIM. 17402153198, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Dosen Pembimbing: Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag.

UMKM Sekar Arum merupakan UMKM Desa yang berlokasi di Desa Sukosewu Gandusari Blitar. UMKM ini memiliki produk aneka keripik yang diproduksi beberapa pelaku usaha di Desa Sukosewu. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Produk Aneka Keripik Pada UMKM Sekar Arum Sukosewu Gandusari Blitar.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana faktor internal yang dihadapi UMKM Sekar Arum Sukosewu Gandusari Blitar? (2) Bagaimana faktor eksternal yang dihadapi UMKM Sekar Arum Sukosewu Gandusari Blitar? (3) Bagaimana menentukan strategi pemasaran yang cocok pada UMKM Sekar Arum Sukosewu Gandusari Blitar? Tujuan dalam penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui faktor internal yang dihadapi UMKM Sekar Arum Sukosewu Gandusari Blitar (2) Untuk mengetahui faktor eksternal yang dihadapi UMKM Sekar Arum Sukosewu Gandusari Blitar (3) Untuk mengetahui strategi pemasaran yang cocok pada UMKM Sekar Arum Sukosewu Gandusari Blitar. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan konsep Fredd, R. David yaitu melalui tiga tahap perumusan strategis yaitu tahap masukan, tahap pencocokan, dan tahap pengambilan keputusan. Pada tahap masukan di analisis menggunakan matrik IFE dan matrik EFE. Pada tahap pencocokan di analisis menggunakan matrik IE, Grand Strategy, dan matrik SWOT. Dan pada tahap yang terakhir adalah tahap pengambilan keputusan di analisis menggunakan matrik QSPM.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal dari UMKM Sekar Arum yaitu ada faktor kekuatan dan faktor kelemahan. Faktor kekuatan dari UMKM Sekar Arum diantaranya kualitas produk terjamin, bahan baku mudah didapatkan, produknya beragam, harga terjangkau, dan menjadi produk unggulan Desa. Sedangkan faktor kelemahan dari UMKM Sekar Arum diantaranya terbatasnya modal operasional, dan pemasaran belum maksimal. Faktor eksternal dari UMKM Sekar Arum yaitu ada faktor peluang dan faktor ancaman. Faktor peluang dari UMKM Sekar Arum diantaranya tingkat ketersediaan tenaga kerja memadai, mengadakan seminar kewirausahaan, mengadakan acara untuk ajang promosi, permintaan meningkat pada saat musim tertentu, dan minat konsumen tinggi. Sedangkan faktor ancaman dari UMKM Sekar Arum diantaranya persaingan dari luar semakin ketat, tidak stabilnya harga bahan baku, dan muncul produk serupa yang lebih inovatif. Hasil dari semua analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil akhir mengenai strategi pemasaran yang cocok untuk diterapkan UMKM Sekar Arum adalah strategi penetrasi pasar.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Analisis SWOT

ABSTRACT

A thesis entitled "SWOT Analysis to Determine Marketing Strategy of Various Chips Product at Sekar Arum's MSME Sukosewu Gandusari Blitar" written by Chusnul Chotimah, NIM. 17402153198, Department of Islamic Economics, Faculty of Economics and Business, Islamic Institute of Islamic Religion, Tulungagung. Supervisor: Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag.

Sekar Arum's MSME is a village MSME located in Sukosewu Village, Gandusari Blitar. This MSME has a variety of chips products produced by several business people in Sukosewu Village. The purpose of this study was to find out the SWOT Analysis to Determine Marketing Strategy of Various Chips Product at Sekar Arum's MSME Sukosewu Gandusari Blitar.

The research of the problems in this study are (1) What are the internal factors faced by Sekar Arum MSME in Sukosewu Gandusari Blitar? (2) What are the external factors faced by Sekar Arum MSME in Sukosewu Gandusari Blitar? (3) How to determine a suitable marketing strategy for Sekar Arum MSME in Sukosewu Gandusari Blitar? The objectives of this study were (1) To find out the internal factors faced by Sekar Arum MSME in Sukosewu Gandusari Blitar (2) To find out external factors faced by Sekar Arum MSME in Sukosewu Gandusari Blitar (3) To find out suitable marketing strategies for Sekar Arum MSME in Sukosewu Gandusari Blitar. The research method used in this study is a descriptive qualitative method. Data collection techniques in this study were using questionnaires, interviews, observation, and documentation. The data analysis technique uses the Fredd concept, R. David, which passes three stages of strategic formulation, namely the input stage, the matching stage, and the decision stage. At the input stage, it is analyzed using the IFE matrix and the EFE matrix. At the matching stage, the analysis is using the IE matrix, Grand Strategy, and SWOT matrix. And at the last stage is the decision stage analyzed using the QSPM matrix.

The results showed that the internal factors of Sekar Arum MSME were strength and weakness factors. The strength factors of Sekar Arum MSME are guaranteed product quality, raw materials are easy to obtain, diverse products, affordable prices, and become the Village's superior products. While the weakness factors of Sekar Arum MSME are the limited of operational capital, and the marketing that hasn't maximum. External factors of Sekar Arum MSME are opportunity and threat factors. Opportunity factors of Sekar Arum MSME include the adequate level of labor availability, holding entrepreneurial seminars, holding events for promotional events, increasing demand during certain seasons, and high consumer interest. While the threat factors of Sekar Arum MSME include competition from the outside getting tighter, unstable raw material prices, and emerging more innovative similar products. The results of all analyzes that have been made are the final results regarding marketing strategy that are suitable for Sekar Arum MSME is a market penetration strategy.

Keywords : Marketing Strategy, SWOT Analysis