

## **ABSTRAK**

Skripsi “Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Keuntungan Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) CV. GTT Kediri” ditulis oleh Wardatus Saniyah, NIM 17402153393, dan dibimbing oleh Jusuf bachtiar, S.S., M.Pd.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan ekonomi saat ini semakin meningkat, mengakibatkan adanya persaingan yang ketat antara pelaku bisnis. Untuk menghadapi persaingan ini, sebuah perusahaan harus mempunyai strategi pemasaran yang tepat agar mampu mengantisipasi pesaing dan keuntungan yang diperoleh bisa meningkat. Di Indonesia UMKM memiliki peran besar dalam perekonomian negara, meskipun demikian bisnis UMKM tidak selalu berjalan mulus, masih banyak hambatan dan kendala yang harus dihadapi para pelaku UMKM.

Fokus penelitian skripsi ini adalah (1) bagaimana strategi pemasaran yang telah dijalankan oleh CV. GTT? (2) bagaimana penerapan analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran CV. GTT? (3) strategi apa yang paling paling efektif dalam meningkatkan keuntungan CV.GTT?. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara secara mendalam terhadap informan. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode analisis swot dengan alat bantu analisis berupa matrik IFAS, matrik EFAS, matrik SWOT, dan diagram matrik SWOT.

Hasil penelitian ini adalah (1) strategi pemasaran yang dijalankan CV. Gudange Tahu Takwa yaitu bauran pemasaran 4P. strategi produk dengan selalu menjaga kualitas, strategi tempat dengan showroom yang letaknya strategis, dan strategi promosi dilakukan secara online dan offline. (2) Berdasarkan perhitungan menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui strategi yang tepat dalam meningkatkan keuntungan adalah perusahaan berada pada sel 1 dengan menerapkan strategi pertumbuhan. CV. GTT dapat memanfaatkan peluang yang dimiliki dengan menggunakan kekuatan perusahaan, seperti pemanfaatan produk dan menciptakan variasi produk baru, menambah jumlah agen atau jaringan distribusi guna memperluas jaringan pemasaran di wilayah lain, menambah skala usaha dan pengembangan SDM, dan rutin melakukan inovasi agar minat konsumen tetap terjaga. (3) segmentasi dibagi menjadi 4, yaitu untuk reseller, member card, pembeli langsung, dan karyawan. Target pasar semua kalangan dan positioning CV. GTT yaitu makanan tradisional khas Kediri berupa Tahu.

Kata kunci : *Strategi Pemasaran, UMKM, dan Analisis SWOT*

## **ABSTRACT**

The Thesis “Marketing Strategies to Increase Profits in Small and Medium Micro Businesses (UMKM) CV. GTT Kediri” is written by Wardatus Saniyah, NIM 17402153393, and advised by Jusuf bachtiar, S.S., M.Pd.

The research is based on economic development that is currently increasing, resulting in intense competition between business people. To face this competition, a company must be able to have marketing strategy that is fast in order to be able to anticipate competitors and the profits can be increased. In Indonesia UMKM has a big role in the country's economy, however the UMKM business does not always run smoothly, there are still many obstacles that must be faced by the UMKM perpetrators.

The focus of this thesis are (1) how are the marketing strategy carried out by CV. GTT?. (2) how is the SWOT analysis application of CV. GTT to the marketing strategy? (3) what are the most effective strategies to increasing CV. GTT profits? The research uses descriptive qualitative research methods. The technique of collecting data through in-depth interviews with informants. The data source in this research uses primary and secondary data. The data analysis technique used by researchers in this study is using the swot analysis method with analiytical tools such as IFAS matrix, EFAS matrix, SWOT matrix, and SWOT diagram matrix.

The results of this study are (1) CV. GTT's marketing strategy is the 4p marketing mix. Strategic place with a strategic showroom and promotion strategy are carried out online and offline. (2) based on SWOT analysis this company in the position of first cell, which growth strategy to take advantage of the opportunities that are owned by using co gmpany's strengths, such as product utilization and creating new product variations, increase the number of agents or distribution networks to expand marketing networks in other regions, increase business scale and human resource development, and routinely innovates so that consumer interest is maintained.

Keywords : Marketing strategic, UMKM, SWOT analysis