

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Pada Bakpia Eka Tulungagung” ditulis oleh Nur Indah Sari, NIM 12405173039, yang dibimbing oleh Ahmad Budiman, M.S.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ketatnya persaingan antar Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam menarik minat konsumen terhadap produk sehingga dapat meningkatkan daya saing usahanya. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah menerapkan strategi pemasaran. Strategi pemasaran harus disusun secara tepat dan terarah guna meningkatkan keunggulan bersaing di suatu perusahaan. Suatu perusahaan harus mampu menciptakan strategi yang tepat sebagai prioritas utama pada usaha yang dijalankan agar tetap menjaga eksistensi perusahaan dan meningkatkan efektifitas kompetitif.

Fokus dalam penelitian ini adalah (1) untuk mendeskripsikan penerapan strategi pemasaran Bakpia Eka Tulungagung dalam meningkatkan daya saing UMKM, (2) untuk mendeskripsikan faktor peluang dan ancaman dalam penerapan strategi pemasaran Bakpia Eka Tulungagung guna meningkatkan daya saing UMKM, (3) untuk mendeskripsikan efektifitas penerapan strategi pemasaran Bakpia Eka Tulungagung dalam meningkatkan daya saing UMKM.

Pendekatan penelitian yang dipakai adalah penelitian kualitatif yang menggunakan jenis penelitian deskriptif (*descriptive research*). Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah dengan metode observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) strategi pemasaran yang digunakan UMKM Bakpia Eka Tulungagung adalah dengan melakukan segmentasi pasar, target pasar, posisi pasar, serta bauran pemasaran; (2) terdapat faktor peluang dan ancaman yang mempengaruhi strategi pemasaran pada UMKM Bakpia Eka Tulungagung; (3) jumlah produksi dan jumlah penjualan produk UMKM Bakpia Eka Tulungagung mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Daya Saing, UMKM.

ABSTRACT

Thesis with the title “Analysis of Marketing Strategies in Increasing the Competitiveness of MSMEs at Bakpia Eka Tulungagung” was written by Nur Indah Sari, NIM 12405173039, supervised by Ahmad Budiman, M.S.I.

This research is motivated by the intense competition between Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in attracting consumer interest in products so as to increase their business competitiveness. One way that can be done is to implement a marketing strategy. Marketing strategy must be formulated precisely and directed in order to increase competitive advantage in a company. A company must be able to create the right strategy as a top priority for its business in order to maintain the company’s existence and increase competitive effectiveness.

The focuses of this research are (1) to describe the implementation of Bakpia Eka Tulungagung’s marketing strategy in increasing the competitiveness of MSMEs, (2) to describe the opportunity and threat factors in implementing Bakpia Eka Tulungagung’s marketing strategies to increase the competitiveness of MSMEs, (3) to describe the effectiveness implementation of Bakpia Eka Tulungagung’s marketing strategy in increasing the competitiveness of MSMEs.

The research approach used is qualitative research by using descriptive research. The method used in data collection is in a form of observation, in-depth interviews, and documentation.

The results showed that (1) the marketing strategy used by MSMEs at Bakpia Eka Tulungagung was to segment the market, target market, market position, and marketing mix; (2) there are opportunity and threat factors that influence the marketing strategy of MSMEs at Bakpia Eka Tulungagung; (3) the number of production and sales of MSMEs at Bakpia Eka Tulungagung products have increased from year to year.

Keywords: Marketing Strategy, Competitiveness, MSMEs.