

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Aneka Usaha Catering Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Masa Pandemic Covid-19 (Studi Kasus Di Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Aneka Usaha Catering Desa Tenggarejo, Kecamatan Tanggunggunung, Kabupaten Tulungagung)” ini ditulis oleh Devarianto Alfiliano, NIM. 12402173593, Dosen pembimbing: Suminto, M. Pd. I.

Penelitian dilatar belakangi oleh adanya pandemi COVID-19 yang menghambat proses pemasaran Aneka Usaha Catering sehingga pelaku usaha mengalami kesulitan dalam meningkatkan usahanya. Berdasarkan hal tersebut Aneka Usaha Catering menerapkan berbagai strategi yang tepat untuk bisa mempertahankan konsumen. Semakin banyak dan meningkatnya para pelaku usaha bisnis menimbulkan persaingan pasar yang semakin ketat seiring dengan derasnya arus perdagangan bebas. Secara otomatis kondisi tersebut membuat kompetisi dating dari segala penjuru baik dari domestik, regional, maupun global.

Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk menganalisis strategi pemasaran Aneka Usaha Catering untuk meningkatkan daya saing, (2) Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat penerapan strategi pemasaran Aneka Usaha Catering, (3) Untuk menunjukkan data produksi dan penjualan Aneka Usaha Catering pada tahun 2017-2020. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan tiga jalur analisis data kualitatif yaitu *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data), dan pengambilan kesimpulan.

Adapun hasil penelitian ini adalah (1) Strategi pemasaran yang digunakan Aneka Usaha Catering diantaranya dengan melakukan segmentasi pasar, target pasar, posisi pasar, serta bauran pemasaran. Hal ini bertujuan untuk melancarkan dan memudahkan kegiatan pemasaran dan tetap mampu bersaing dengan perusahaan lain yang memiliki usaha yang sama. (2) Terdapat faktor pendukung dan penghambat yang mempengaruhi strategi pemasaran catering Aneka Usaha Catering. Faktor pendukung yang mempengaruhi strategi pemasaran makanan Aneka Usaha Catering yaitu kualitas produk, jaringan pasar yang luas, sosial media, dan produk. Sedangkan faktor penghambat yang mempengaruhi strategi pemasaran makanan Aneka Usaha Catering Tulungagung yaitu kurangnya tenaga kerja, faktor harga, faktor pesaing, dan keterlambatan dalam pengiriman barang. (3) Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Aneka Usaha Catering sudah cukup efektif dalam memasarkan produknya, karena dilihat dari peningkatan-peningkatan jumlah produksi. Aneka Usaha Catering terus berupaya mengembangkan produk dengan berbagai macam strategi untuk memasarkannya.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Daya Saing, Aneka Usaha Catering

ABSTRACT

Thesis with the title "Marketing Strategies for Micro, Small and Medium Enterprises of Various Catering Businesses in Increasing Competitiveness During the Covid-19 Pandemic (Case Study in Micro, Small and Medium Enterprises of Various Catering Businesses in Tenggarejo Village, Tanggunggunung District, Tulungagung Regency)" was written by Devianto Alfiliano, NIM. 12402173593, Suminto's supervisor, M. Pd. I.

The research was motivated by the COVID-19 pandemic which hampered the marketing process of Aneka Usaha Catering so that business actors experienced difficulties in increasing their business. Based on this, Aneka Usaha Catering applies various appropriate strategies to be able to retain consumers. The increasing number and increasing number of business actors have led to increasingly fierce market competition along with the swift flow of free trade. This condition automatically makes competition come from all directions, both domestically, regionally, and globally.

The objectives of this study are (1) to analyze the marketing strategy of various catering businesses to increase competitiveness, (2) to determine the supporting and inhibiting factors for the implementation of various catering businesses' marketing strategies, (3) to show production and sales data of various catering businesses in 2017 -2020. This research uses qualitative research with descriptive research type. Sources of data used are primary data and secondary data. Data collection techniques were carried out through interviews and documentation. The data analysis technique uses three lines of qualitative data analysis, namely data reduction (data reduction), data display (data presentation), and conclusion drawing.

The results of this study are (1) The marketing strategy used by Various Catering Enterprises includes market segmentation, target market, market position, and marketing mix. It aims to expedite and facilitate marketing activities and remain able to compete with other companies that have the same business. (2) There are supporting and inhibiting factors that affect the catering marketing strategy of Aneka Usaha Catering. Supporting factors that influence Aneka Usaha Catering's food marketing strategy are product quality, wide market network, social media, and products. While the inhibiting factors that affect the food marketing strategy of Aneka Usaha Catering Tulungagung are the lack of manpower, price factors, competitor factors, and delays in delivery of goods. (3) The marketing strategy carried out by Aneka Usaha Catering has been quite effective in marketing its products, because it is seen from the increase in the number of productions. Aneka Usaha Catering continues to develop products with various strategies to market them.

Keywords: *Marketing Strategy, Competitiveness, Aneka Usaha Catering*