

ABSTRAK

Skripsi dengan Judul “Analisis Swot Sebagai Penentu Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM bakpia Shoka di Desa Kedungsuko, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung” ini ditulis oleh Muhamad Farid Khusain NIM. 12405183104, dengan dosen pembimbing Siswahyudianto, M.M

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya meningkatkan daya saing didalam dunia usaha. Oleh karena itu Strategi pemasaran salah satu cara memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan baik itu untuk UMKM yang memproduksi barang atau jasa. Strategi pemasaran dapat dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh. Dipandang dari luasnya permasalahan yang ada dalam UMKM, maka diperlukan adanya perencanaan yang menyeluruh untuk dijadikan pedoman bagi segmen perusahaan dalam menjalankan kegiatannya, alasan lain yang menunjukkan pentingnya strategi pemasaran adalah semakin kerasnya persaingan perusahaan pada umumnya.

UMKM Bakpia Shoka menggunakan marketing Mix dan menerapkan analisis SWOT dalam penjualan. Sehingga penelitian ini mengambil rumusan masalah sebagai berikut: (1) Bagaimana Penerapan Analisis SWOT dalam penerapan strategi pemasaran Bakpia SHOKA Tulungagung guna meningkatkan daya saing UMKM? (2) Bagaimana penerapan strategi pemasaran Bakpia SHOKA Tulungagung dalam meningkatkan daya saing UMKM?

Metode penelitian yang digunakan dengan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode pengumpulan data dari penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dengan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pengujian keabsahan data dengan menggunakan teknik triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Bakpia Shoka telah menerapkan strategi pemasaran dan menerapkan Analisis SWOT dalam meningkatkan daya saing 1) dengan menerapkan analisi SWOT : Kekuatan (Streght&, Kelemahan (Weakneses), Peluang (Opportunities), Ancaman (Treats) 2) Menerapkan Strategi Pemasaran dengan menggunakan Bauran Pemasaran 7P Terdapat dari Harga, Prodak, Promosi, Distribusi, Orang, Proses, Bukti Fisik.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Meningkatkan Daya Saing, UMKM.*

ABSTRACT

Thesis with the title "Marketing Strategy in Improving MSME Competitiveness (Case Study on Bakpia Shoka MSMEs in Kedungsuko Village, Tulungagung District, Tulungagung Regency)" was written by Muhamad Farid Khusain NIM. 12405183104, with the supervisor of Siswahyudi, M.M

This research is motivated by increasing competitiveness in the business world. Therefore, the marketing strategy is one way to win a sustainable competitive advantage, be it for MSMEs that produce goods or services. Marketing strategy can be seen as one of the bases used in compiling a company's overall plan. Viewed from the breadth of the problems that exist in MSMEs, it is necessary to have a comprehensive plan to be used as a guide for the company segment in carrying out its activities, another reason that shows the importance of marketing strategy is the increasingly fierce competition in companies in general.

Bakpia Shoka UMKM uses a marketing mix and applies a SWOT analysis in sales. So that this research takes the following problem formulation: (1) How is the application of SWOT analysis in the application of Bakpia SHOKA Tulungagung marketing strategy to increase the competitiveness of MSMEs? (2) How is the implementation of Bakpia SHOKA Tulungagung's marketing strategy in increasing the competitiveness of MSMEs?

The research method used is a qualitative method with a descriptive approach. The method of collecting data from this study used the methods of observation, interviews, and documentation. The data analysis technique used is through data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Testing the validity of the data using triangulation techniques.

The results show that Bakpia Shoka SMEs have implemented a marketing strategy and implemented a SWOT analysis in increasing competitiveness 1) by applying a SWOT analysis: Strengths (Strengths & Weaknesses), Opportunities (Opportunities), Threats (Treats) 2) Implementing a Marketing Strategy by using the 7P Marketing Mix There are from Price, Product, Promotion, Distribution, People, Process, Physical Evidence.

Keywords: *Marketing Strategy, Improving Competitiveness, MSMEs.*