

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Swot Sebagai Strategi Pemasaran Pada UMKM Konveksi UD. Larasati, Kelurahan Botoran, Tulungagung” yang ditulis oleh Fa’iza Rahma Amilin, NIM 12405193163. Prodi Manajemen Bisnis Syariah, Jurusan Bisnis Dan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, pembimbing Ruly Priantilianingtiasari, S.E., S.Pd., M.Sy

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya usaha konveksi yang telah berkembang dalam satu wilayah yang menjadikan pemilik usaha perlu melakukan upaya dengan merencanakan strategi dalam rangka mempertahankan dan mengembangkan usaha ditengah-tengah persaingan yang semakin ketat berdasarkan kondisi dari perusahaan tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) analisis dari matrik IFAS sebagai strategi pemasaran pada konveksi UD. Larasati, (2) analisis dari matrik EFAS sebagai strategi pemasaran pada konveksi UD. Larasati (3) analisis dari matrik SWOT sebagai strategi pemasaran pada konveksi UD. Larasati

Dari hasil penelitian tersebut diperoleh bahwa; 1. Berdasarkan analisis matrik SWOT terdapat beberapa strategi yang dapat digunakan oleh UD, Larasati yakni Strategi SO; Mempertahankan kualitas dan mutu untuk menjaga kepercayaan dan kepuasan konsumen, melakukan inovasi serta variasi produk untuk mengikuti dan mengimbangi kebutuhan masyarakat. Strategi ST; Menjaga kualitas dan mutu produk, menambah variasi produk, serta selalu melakukan inovasi seiring dengan berjalannya waktu, Mengoptimalkan kinerja untuk menghadapi perkembangan zaman,. Strategi WO; Memperluas pangsa pasar ke seluruh Indonesia dengan memanfaatkan media online, Menjaga hubungan baik dengan segala aspek baik dengan konsumen maupun pegawai. Strategi WT; Meningkatkan mutu manajemen menjadi lebih professional. 2. Berdasarkan analisis matrik IFAS dan EFAS UD. Larasati berada pada kuadran pertama dimana kuadran pertama merupakan suatu posisi paling menguntungkan dimana UD. Larasati memiliki peluang dan kekuatan yang bagus dimana apabila hal tersebut dapat dimanfaatkan dengan baik maka kemungkinan keberhasilan perusahaan akan semakin meningkat.

Kata kunci : Analisis SWOT, EFAS, IFAS, Pemasaran, Strategi

ABSTRACT

Thesis with the title "Swot Analysis as a Marketing Strategy at UD Convection UMKM. Larasati, Botoran Village, Tulungagung" written by Fa'iza Rahma Amilin, NIM 12405193163. Sharia Business Management Study Program, Department of Business and Management, Faculty of Economics and Islamic Business, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, supervisor Ruly Priantilianingtiasari, S.E., S.Pd., M.Sy.

This research is motivated by the many convection businesses that have developed in one area which makes business owners need to make efforts by planning strategies in order to maintain and develop businesses in the midst of increasingly fierce competition based on the conditions of the company. The purpose of this study was to determine (1) Analysis of the IFAS matrix as a marketing strategy at convection UD. Larasati, (2) Analysis of the EFAS matrix as a marketing strategy at convection UD. Larasati (3) Analysis of the SWOT matrix as a marketing strategy at convection UD. Larasati

Based on the SWOT matrix analysis, there are several strategies that can be used by UD. Larasati, namely SO Strategy; Maintaining quality and quality to maintain consumer trust and satisfaction, innovating and varying products to follow and keep pace with community needs. ST strategy; Maintain product quality and quality, add product variations, and always innovate over time, optimize performance to face the times,. WO strategy; Expanding market share throughout Indonesia by utilizing online media, maintaining good relations with all aspects both with consumers and employees. WT strategy; Improve the quality of management to be more professional. 2. Based on the IFAS and EFAS matrix analysis UD. Larasati is in the first quadrant where the first quadrant is the most favorable position where UD. Larasati has good opportunities and strengths which, if this can be utilized properly, the possibility of the company's success will increase.

Keywords: *SWOT analysis, EFAS, IFAS, Marketing, Strategy*