

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing pada Warung Bambu Kuning Bandung Tulungagung” ini ditulis oleh Dinni Miftatus Solihah dengan NIM 12402193004, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dengan pembimbing Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh maraknya usaha rumah makan di Tulungagung saat ini sehingga timbul persaingan yang cukup ketat. Kemampuan bersaing suatu usaha rumah makan perlu ditingkatkan supaya mampu bertahan di era persaingan yang kompetitif. Oleh karena itu, perlu diterapkan strategi pemasaran yang tepat supaya sebuah organisasi mampu meningkatkan keunggulan kompetitif, serta dapat menarik minat konsumen terhadap Warung Bambu Kuning.

Fokus penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah (1) Bagaimana penerapan analisis SWOT pada Warung Bambu Kuning? (2) Strategi pemasaran apa yang paling tepat berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan pada Warung Bambu Kuning?. Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui penerapan analisis SWOT pada Warung Bambu Kuning. (2) Untuk mengetahui strategi pemasaran yang paling tepat berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan pada Warung Bambu Kuning.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan data primer dari hasil wawancara dan observasi dan data sekunder dari dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis SWOT.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Warung Bambu Kuning berada pada kuadran I yang artinya dapat menerapkan strategi agresif. Strategi SO (*Strength – Opportunitis*) yang dapat diterapkan antara lain (1) Mengembangkan menu inovatif dengan memanfaatkan keberagaman pilihan menu yang dimiliki untuk menarik pelanggan baru dan memenuhi tren serta preferensi konsumen yang terus berubah. (2) Mengadakan paket khusus untuk acara pertemuan dan menyewakan tempat untuk acara tersebut yang bertujuan untuk memanfaatkan lokasi strategis dan luasnya lahan parkir. (3) Meningkatkan penggunaan sosial media dan diversifikasi media promosi untuk memperluas jangkauan pelanggan Warung Bambu Kuning.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, Daya Saing.

ABSTRACT

The thesis entitled "Application of SWOT Analysis as a Marketing Strategy in Increasing Competitiveness at Warung Bambu Kuning Bandung Tulungagung" was written by Dinni Miftatus Solihah with NIM 12402193004, Islamic Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung with advisor Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag.

This research is motivated by the rise of restaurant businesses in Tulungagung at this time, resulting in quite tight competition. The competitive ability of a restaurant business needs to be improved so that it can survive in an era of competitive competition. Therefore, it is necessary to apply the right marketing strategy so that an organization is able to increase competitive advantage, and can attract consumer interest in Warung Bambu Kuning.

The focus of research in writing this thesis are (1) How is the SWOT analysis applied to Warung Bambu Kuning? (2) What is the most appropriate marketing strategy based on the SWOT analysis conducted at Warung Bambu Kuning? The aims of this study were (1) to determine the application of SWOT analysis to Warung Bambu Kuning. (2) To determine the most appropriate marketing strategy based on the SWOT analysis conducted at Warung Bambu Kuning.

The method used in this study is a qualitative approach with primary data from interviews and observations and secondary data from documentation. While the data analysis technique used is SWOT analysis.

The results of the study show that Warung Bambu Kuning is in quadrant I, which means it can implement an aggressive strategy. SO (Strength – Opportunitis) strategies that can be implemented include (1) Developing innovative menus by utilizing the diversity of menu choices that are owned to attract new customers and meet changing consumer trends and preferences. (2) Organizing special packages for meeting events and renting out venues for these events aiming to take advantage of the strategic location and large parking area. (3) Increase the use of social media and diversify promotional media to expand the reach of Warung Bambu Kuning customers.

Keywords: SWOT Analysis, Marketing Strategy, Competitiveness.