

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing pada Usaha Bakpia Ahmad’s Family Desa Gembleb Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek” ini ditulis oleh Shelvy Eka Nanda Saputri, NIM.126405202207. Pembimbing Samsul Bakri, S. Pd. I. M. Pd.

Konteks penelitian ini didasari oleh ketatnya persaingan usaha bakpia. Banyaknya usaha produk makanan sejenis yang muncul, maka secara otomatis pasti menimbulkan persaingan untuk menarik hati konsumen terhadap produk yang nantinya dapat meningkatkan daya saing usahanya. Penerapan strategi pemasaran merupakan salah satu cara yang dapat ditempuh oleh suatu perusahaan guna mempertahankan dan meningkatkan daya saing usaha. Kemampuan perusahaan dalam menciptakan strategi pemasaran yang cocok dengan produknya sangat diperlukan. Selain itu, strategi pemasaran yang dinilai sudah cocok dengan produk juga harus diterapkan secara tepat dan terarah guna meningkatkan keunggulan bersaing.

Fokus dalam penelitian ini, yaitu 1) Bagaimana penerapan strategi pemasaran Bakpia Ahmad’s Family dalam meningkatkan daya saing, 2) Bagaimana analisis SWOT pada usaha Bakpia Ahmad’s Family, 3) Bagaimana implementasi indikator daya saing pada usaha Bakpia Ahmad’s Family.

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi yang bersumber dari pemilik usaha, karyawan dan konsumen Bakpia Ahmad’s Family. Teknik analisis data yang digunakan yaitu kondensasi data atau penyaringan data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Selain itu teknik analisis data juga menggunakan analisis SWOT dengan menggunakan matriks IFE dan EFE. Sedangkan teknik pengecekan keabsahan data menggunakan uji kredibilitas yaitu ketekunan pengamatan, triangulasi dan member check.

Hasil penelitian ini menunjukkan 1) Strategi pemasaran yang diterapkan usaha Bakpia Ahmad’s Family dalam meningkatkan daya saing dimulai dari penentuan segmentasi pasar, target pasar dan posisi pasar dan dilanjutkan dengan strategi bauran pemasaran 11P yang terdiri dari strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi, strategi orang, strategi proses, strategi bukti fisik, strategi kemasan, strategi janji, strategi program dan strategi kemitraan. 2) Hasil dari analisis metode SWOT pada usaha Bakpia Ahmad’s Family, posisinya berada pada kuadran I dengan menerapkan strategi agresif melalui strategi penetrasi pasar. 3) Implementasi indikator daya saing pada usaha Bakpia Ahmad’s Family meliputi harga bersaing, kualitas produk yang baik dan fleksibilitas. Ketiga indikator daya saing tersebut sudah diimplementasikan dan ada peningkatan dari tahun sebelumnya.

Kata Kunci : Daya Saing, Strategi Pemasaran, SWOT

ABSTRACT

The thesis entitled "Analysis of Marketing Strategies in Increasing Competitiveness in the Business of Bakpia Ahmad's Family, Gembleb Village, Pogalan District, Trenggalek Regency" was written by Shelvy Eka Nanda Saputri, NIM.126405202207. Supervisor Samsul Bakri, S. Pd. I. M. Pd.

The context this study is based on the tight competition of the bakpia business. The number of similar food product businesses that appear, it will automatically cause competition to attract consumers to products that can later increase business competitiveness. The implementation of marketing strategies is one way that can be taken by a company to maintain and improve business competitiveness. The company's ability to create marketing strategies that match its products is very necessary. In addition, marketing strategies that are considered suitable with the product must also be applied appropriately and purposefully to increase competitive advantage.

The focus of this study is 1) How to apply the marketing strategy of Bakpia Ahmad's Family in increasing competitiveness, 2) How to analyze SWOT in the Bakpia Ahmad's Family business, 3) How to implement competitiveness indicators in the Bakpia Ahmad's Family business.

The approach in this study uses a qualitative approach using a type of descriptive research. The data collection in this study uses interview, observation and documentation techniques sourced from business owners, employees and consumers of Bakpia Ahmad's Family. The data analysis techniques used are data condensation or data filtering, data presentation and conclusion drawn. In addition, the data analysis technique also uses SWOT analysis using IFE and EFE matrices. Meanwhile, the technique of checking the validity of the data uses a credibility test, namely observation diligence, triangulation, and member check.

The results of this study show 1) The marketing strategy implemented by Bakpia Ahmad's Family's efforts in increasing competitiveness starts from the determination of market segmentation, target market and market position and continues with the 11P marketing mix strategy consisting of product strategy, price strategy, place strategy and promotion strategy, people strategy, process strategy, physical evidence strategy, packaging strategy, promise strategy, program strategy and partnership strategy. 2) The results of the SWOT method analysis on Bakpia Ahmad's Family's business, its position is in the first quadrant by applying an aggressive strategy through a market penetration strategy. 3) The implementation of competitiveness indicators in the Bakpia Ahmad's Family business includes competitive prices, good product quality and flexibility. The three competitiveness indicators have been implemented and there is an increase from the previous year.

Keywords : Competitiveness, Marketing Strategy, SWOT