

ABSTRAK

Penelitian yang dilakukan dengan judul “Strategi Pemasaran Gula Merah Dengan Pendekatan Analisis Strengths, Weakness, Opportunity, Threats (SWOT) (Studi Kasus Pada Gilingan Tebu UKM Gula Merah Pak Andri Di Sambijajar Tulungagung)”. Yang ditulis oleh Dani Mishbahul Anam NIM. 12405173139, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, dibimbing oleh Ahmad Budiman, M.S.I.

Penelitian dalam skripsi ini dilatar belakangi oleh faktor ekonomi di Indonesia semakin meningkat sehingga mengakibatkan adanya persaingan antar pebisnis dalam menarik konsumen. Untuk menghadapi tersebut perusahaan harus memiliki cara agar usahanya tetap berjalan efektif salah satunya dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar mampu mengantisipasi para pesaing dan meningkatkan keuntungan. Keberadaan kegiatan usaha mulai dari skala kecil sampai skala besar mampu memberikan kontribusi dalam pengembangan perekonomian di Indonesia

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah: 1) Bagaimana strategi pemasaran UKM Gula Merah Bapak Andri? 2) Bagaimana pengaruh faktor eksternal dan internal dalam pemasaran gula merah di UKM Gula Merah Pak Andri?. Dan tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Untuk menyusun strategi pemasaran UKM Gula Merah Pak Andri sesuai analisis SWOT. 2) Untuk menjelaskan pengaruh faktor – faktor eksternal dan internal dalam pemasaran gula merah di UKM Gula Merah Pak Andri sesuai analisis SWOT

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu dilaksanakan untuk mengetahui sebuah gejala secara naturalistik, kemudian menarik kesimpulan secara deskriptif sesuai kondisi sebenarnya. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini adalah: 1) Strategi pemasaran UKM Gula Merah Bapak Andri Kegiatan gilingan tebu UKM gula merah bapak Andri dalam strategi pemasaran menerapkan strategi promosi dan strategi produk ini berhubungan dengan strategi promosi dilaksanakan dengan melaksanakan pemasaran baik online atau offline, kemudian strategi produk yaitu dengan berupaya memaksimalkan kualitas produk gula merah yang dimiliki. 2) Pengaruh faktor eksternal dan internal dalam pemasaran gula merah di UKM Gula Merah Pak Andri yaitu faktor eksternal berupa pembeli atau konsumen dan pemanfaatan teknologi, saat ini pemanfaatan teknologi sangat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Faktor internal meliputi Sumber daya manusia yaitu sebagai salah satu kunci kesuksesan dari perusahaan agar dapat meningkatkan persaingan dari perusahaan itu sendiri dan meningkatkan penghasilan dari perusahaan tersebut. Faktor internal ke dua yaitu digunakan sebagai modal untuk menciptakan keunggulan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT

ABSTRACT

The research was conducted with the title "Brown Sugar Marketing Strategy With Strengths, Weakness, Opportunity, Threats (SWOT) Analysis Approach (Case Study on Gilingan Tebu UKM Gula Merah Pak Andri In Sambijajar Tulungagung)". Written by Dani Mishbahul Anam, NIM. 12405173139, Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, Tulungagung State Islamic Institute, supervised by Ahmad Budiman, M.S.I.

The research in this thesis is motivated by the increasing economic factors in Indonesia, resulting in competition between businesses in attracting consumers. To deal with this, companies must have ways to keep their business running effectively, one of them is by implementing the right marketing strategy in order to be able to anticipate competitors and improve profit. The existence of business activities ranging from small to large scale is able to contribute to economic development in Indonesia.

The formulation of the problem in this research are: 1) What is the marketing strategy of Mr. Andri's Brown Sugar UKM? 2) How is the influence of external and internal factors in marketing brown sugar in Pak Andri's Brown Sugar UKM?. And the objectives of this research are: 1) To develop a marketing strategy for Pak Andri's Brown Sugar UKM according to a SWOT analysis. 2) To explain the influence of external and internal factors in the marketing of brown sugar in Pak Andri's Brown Sugar UKM according to a SWOT analysis

This study uses a qualitative approach, which is carried out to find out a naturalistic phenomenon, then draw conclusions descriptively according to the actual conditions. The data collection techniques used are observation, interviews, and documentation.

The results of this study are: 1) The marketing strategy of UKM Gula Merah Pak Andri cane milling activities of UKM Gula Merah Pak Andri in the marketing strategy of applying promotional strategies and this product strategy is related to promotional strategies carried out by carrying out marketing both online or offline, then product strategies, namely by seeks to maximize the quality of its brown sugar products. 2) The influence of external and internal factors in marketing brown sugar in UKM Gula Merah Pak Andri, namely external factors in the form of buyers or consumers and the use of technology, currently the use of technology greatly influences consumers in making purchases. Internal factors include human resources, namely as one of the keys to the success of the company in order to increase competition from the company itself and increase the income of the company. The second internal factor is used as capital to create excellence.

Keywords: Marketing Strategy, SWOT Analysis