



**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK
MENINGKATKAN KEUNGGULAN DAYA SAING USAHA
MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) PADA BAKSO
KEMASAN ADARASA KUDUS**

Diajukan Oleh :

WIWIN ANDANI

NIM. 2017-11-034

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2022**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK
MENINGKATKAN KEUNGGULAN DAYA SAING USAHA MIKRO KECIL
MENENGAH (UMKM) PADA BAKSO KEMASAN ADARASA KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2022

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



NURUL RIZKA ARUMSARI, SE, MM
NIDN. 0628048702


Pembimbing I



Dr. Drs. Ag. SUNARNO H, SH, S.Pd, MM
NIDN. 0026065516

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. KERTATI SUMEKAR, SE, MM
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



DIAN WISMAR EINI, SE, MM
NIDN. 0612127702

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat”. (Q.S. Al-Mujadalah : 11)

“Barang siapa merintis jalan mencari ilmu maka Allah akan memudahkan baginya jalan ke surga”. (H.R Muslim)



Kupersembahkan Kepada :

1. Ayah dan Ibu Tercinta
2. Teman-teman tersayang
3. Almamater UMK

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Keunggulan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada Bakso Kemasan Adarasa Kudus** yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan studi program Sarjana (S1) Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini berlangsung. Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof Dr. Ir. Darsono, M. Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
3. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan ijin penelitian.
4. Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH, S.Pd, MM selaku dosen pembimbing pertama atas segala arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
5. Dian Wismar'ain, SE, MM, selaku dosen pembimbing kedua atas segala arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.

6. Seluruh Staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
7. UMKM Bakso Kemasan Adarasa yang sudah mengizinkan saya melakukan penelitian sehingga dapat menyelesaikan skripsi.
8. Kepada kedua orangtua saya yang selama ini telah membantu dalam bentuk materi serta kasih dan sayang dan doa yang tak ada henti-hentinya mengalir demi kelancaran dan kesuksesan dalam mengerjakan skripsi. Terimakasih juga buat kakak ku Wahyu, Anam, Vendilla, Alva dan adekku tercinta Erma.
9. Sahabat-sahabatku Gaes Skuat (Kinanti, Indri, Sinta, Ika, Puji, Vio, Christin, Ulin, Ifan, Yudha, Alvan, Nawa, Wachid, Adi), The plaks (Vering, Nanda, Ai, Dita) yang telah menyemangati dalam mengerjakan skripsi.
10. Kekasihku Eko Arindo Ryantiko Utomo, terima kasih telah menemani mengerjakan skripsi, mengantarkan bimbingan, memberikan semangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

Tiada suatu apapun yang dapat penulis berikan kepada beliau yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini, kecuali hanya do'a semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal. Aamiin. Akhir berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Kudus,
Peneliti

2022

Wiwin Andani
NIM 2017-11-034

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN KEUNGGULAN DAYA SAING USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) PADA BAKSO KEMASAN ADARASA KUDUS

Wiwin Andani
NIM. 2017-11-034

Dosen Pembimbing I Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH, S.Pd, MM
Dosen Pembimbing II. Dian Wismar'ain, SE, MM

Penelitian ini bertujuan menganalisis Analisis Strategi Pemasaran untuk meningkatkan Keunggulan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada Bakso Kemasan Adarasa Kudus. Jenis dan Sumber Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Sampel penelitian 4 responden sampel yang ahli dalam bidang strategi perusahaan dan 96 responden sampel dari pihak konsumen. Uji Instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Dari hasil penelitian dapat diambil kesimpulan sebagai berikut; (1) Dari analisis menggunakan SAP (Profil keunggulan strategis), kompetisi dari bakso ini ada pada persaingan aman. Hal tersebut menandakan perusahaan mampu untuk melakukan apapun tanpa harus membuat usia keberlangsungan usaha terancam, walaupun kompetitornya melakukan hal apapun; (2) Dari hasil Analisis ETOP (*Environmental Threat Opportunity Profile*), kondisi bakso Adarasa ini yaitu ada pada kondisi bisnis yang ideal (*ideal bussines*). Hal tersebut menandakan bahwasannya bisnis ini memiliki probabilitas berhasil tinggi, tetapi risiko gagal dalam menjalankan bisnis rendah. ;(3) Hasil gabungan dari kedua analisis itu didapatkan matrik SWOT yang mana bakso ini ada pada kondisi I(investasi), hal ini menandakan Strategi yang telah dijalankan oleh usaha tersebut telah diterapkan dengan baik;(4) Berdasarkan analisis I-E didapatkan sebuah hasil yaitu keadaan usaha UMKM bakso Adarasa ada pada kondisi pertumbuhan, hal ini menandakan sebaiknya UMKM fokus untuk meningkatkan mutu, kemasan dan rasa dari industri yang sedang dijalannya;(5) Dari teori Glueck dan Jeuch, UMKM bakso Adarasa bisa mengimplementasikan strategi pemasaran ekspansi intenal, artinya UMKM harus berupaya agar mutu produk dapat meningkat dan target pasar diperluas. Caranya adalah dengan melalui promosi.

Kata Kunci : *Strength, Weakness, Opportunity, Threat* (SWOT), Strategi Pemasaran.

ABSTRACT

MARKETING STRATEGY ANALYSIS FOR INCREASING THE COMPETITIVE ADVANTAGES OF MICRO SMALL MEDIUM ENTERPRISES (UMKM) IN ADARASA KUDUS PACKAGING MEATS

Wiwin Andani
NIM. 2017-11-034

Advisor I Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH, S.Pd, MM
Advisor II. Dian Wismar'ain, SE, MM

This study aims to analyze the Marketing Strategy Analysis to increase the Competitive Advantage of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the Bakso Packages of Adarasa Kudus. Types and Sources of Data used are primary and secondary data. The research sample is 4 samples of respondents who are experts in the field of corporate strategy and 96 samples of respondents from the consumer side. Analysis of data using analysis of Strength, Weakness, Opportunity, Threat (SWOT) internal and external models. From the research results, the following conclusions can be drawn; (1) From the analysis using SAP (Strategic Excellence Profile), the competition from this meatball is safe. This indicates that the company is able to do anything without endangering its business continuity, even if its competitors do whatever it takes; (2) From the results of the ETOP Analysis (Environmental Threat Opportunity Profile), the condition of the meatballs has this taste, which is in ideal business conditions (ideal business). This indicates that this business has a high probability of success, but the risk of failure in running the business is low. ;(3) The combined results of the two analyzes obtained a SWOT matrix in which this meatball is in condition I (investment), this indicates the strategy that has been carried out by the business is implemented well;(4)Based on the I-E analysis, the results obtained from the business condition of the meatball MSMEs has a sense of being in growth conditions, this indicates that MSMEs should focus on improving the quality, packaging and taste of the industry they are living; (5) From Glueck and Jeuch's theory, MSMEs meatballs have a sense of being able to implement internal expansion marketing strategies, This means that MSMEs must strive so that product quality can increase and the target market is expanded. The trick is through promotion.

Keywords: Strength, Weakness, Opportunity, Threat (SWOT), Marketing Strategy.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
RINGKASAN / ABSTRAKSI	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB PENDAHULUAN .	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Ruang Lingkup	3
1.3. rumusan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Manajemen Pemasaran	6
2.2. Strategi Pemasaran	7
2.3. Unsur-Unsur Strategi Pemasaran	12
2.4. Analisis SWOT	24
2.5. Penentuan Strategi Pemasaran	24
2.6. Analisis SWOT	25
2.7. Penelitian Terdahulu	31
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis	37
BAB. III. METODE PENELITIAN	40
3.1. Rancangan Penelitian	40
3.2. Variabel Penelitian	40
3.3. Jenis dan Sumber Data	43
3.4. Populasi, Sampel	44
3.5. Pengumpulan Data	45
3.6. Uji Instrumen	46
3.7. Pengolahan Data	47
3.8. Analisis Data	48
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1. Gambaran Umum UMKM	58
4.2. Penyajian Data	64
4.3. Uji Instrumen	65
4.4. Penyajian Data	68
4.5. Analisis Data.....	71
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1. Kesimpulan	95
5.2. Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Pesaing Bakso Kemasan Adarasa	3
3.2. Posisi Perusahaan dalam Matriks I-E	55
3.3. Strategi Matriks I-E Kekuatan Internal Bisnis	56
4.1. Karakteristik responden sampel	64
4.2. Analisis Validitas Internal	65
4.3. Analisis Validitas Variabel Eksternal	66
4.4. Hasil Analisis Reliabilitas	67
4.5. Frekuensi Variabel Internal	69
4.6. Frekuensi Variabel Eksternal (Peluang)	70
4.7. Frekuensi Variabel Eksternal (Ancaman)	71
4.8. Analisis SAP UMKM Bakso Kemasan Adarasa Kudus	74
4.9. Klasifikasi Kelas Interval	79
4.10. Kelas Interval Posisi Persaingan Strategik	80
4.11. Matrik Environmental Opportunity Aspekt (ETE) Bakso Kemasan Adarasa Kudus	81
4.12. Posisi UMKM dalam Matrik ETOP	82
4.13. Indikator variabel Internal dan Eksternal	84
4.14. Nilai Tertimbang Variabel Eksternal Bakso Kemasan Adarasa Kudus	85
4.15. Nilai Tertimbang Variabel Internal Bakso Kemasan Adarasa Kudus	87
4.16. Matriks I-E Bakso Kemasan Adarasa Kudus	89
4.17. Posisi Bakso Kemasan Adarasa Kudus Dalam Matriks SWOT	89

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Modern Marketing Managemen 4 Ps	13
Gambar 2.2. Bagan Modern Marketing Manegement	14
Gambar 2.3. Proses Pemasaran	16
Gambar 2.4. Marketing Mix	19
Gambar 2.5. Matrik SWOT	26
Gambar 2.6. Identifikasi Lingkungan Eksternal dan Internal	27
Gambar 3.1. Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Keunggulan Data Saing Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada Bakso Kemasan Adasara Kudus.....	38
Gambar 4.1. Struktur Organisasi UMKM Bakso Kemasan Adarasa Kudus.....	60

