



**ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI
PEMASARAN PADA MASA PANDEMI COVID-19
(Studi Kasus pada UMKM Konveksi Pembuatan Pakaian Kaos dan
Sablon di Desa Pekalongan Kecamatan Winong Kabupaten Pati)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh:

DISMA INTAN YULIANA

201811326

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

TAHUN 2023

**ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN
PADA MASA PANDEMI COVID-19**
**(Studi Kasus pada UMKM Konveksi Pembuatan Pakaian Kaos dan Sablon
di Desa Pekalongan Kecamatan Winong Kabupaten Pati)**

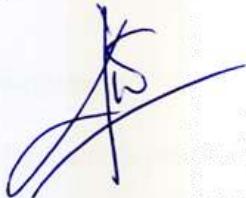
Nama : Disma Intan Yuliana
NIM : 201811326
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan tim penguji ujian skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M

NIDN: 0628048702

Dosen Pembimbing I



Dr. Drs. Ag Sunarno H, S.H, S.Pd, M.M

NIDN: 0026065516

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis




Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M

NIDN: 0616077304

Dosen Pembimbing II



Dr. Supriyono, S.E., M.M

NIDN: 0614037104

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

*“Bacalah dengan menyebut nama Tuhanmu Yang menciptakan
Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah
Bacalah, dan Tuhanmulah Yang Maha Pemurah
Yang mengajar (manusia) dengan perantaran kalam
Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya.”*
(Q.S Al-Alaq: 1-5).

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

Persembahan:

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

- Ayah dan ibu tercinta yang selalu mendukung, memberikan semangat dan dukungan.
- Saudara dan teman-temanku yang selalu mendukung dan memberikan arahan-arahan mengenai alur skripsi.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus pada UMKM Konveksi Pembuatan Pakaian Kaos dan Sablon di Desa Pekalongan Kecamatan Winong Kabupaten Pati)”**.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi tugas akhir sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus Jurusan Manajemen Kewirausahaan. Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

- 1) Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si. selaku Rektor Universitas Muria Kudus
- 2) Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
- 3) Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus.
- 4) Dr. Drs. Ag Sunarno H, S.H, S.Pd, M.M. selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan bimbingan, masukan, arahan, maupun motivasi demi terwujudnya skripsi ini.

- 5) Dr. Supriyono, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan bimbingan, masukan arahan maupun motivasi demi terwujudnya skripsi ini.
- 6) Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan banyak bekal ilmu pengetahuan selama penulis menimba ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
- 7) Buat keluarga tercinta, mamah, bapak, kakak serta Alif. Terimakasih yang sebesar-besarnya atas segala dukungan, semangat, serta do'a yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- 8) Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna namun penulis telah berusaha dengan segenap pikiran dan kemampuan agar dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu segala kritik maupun saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan, agar kelak penulis dapat menghasilkan karya yang lebih baik dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Kudus, 2023

DISMA INTAN YULIANA
2018-11-326

**ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN
PADA MASA PANDEMI COVID-19
(Studi Kasus pada UMKM Konveksi Pembuatan Pakaian Kaos dan Sablon
di Desa Pekalongan Kecamatan Winong Kabupaten Pati)**

**DISMA INTAN YULIANA
2018-11-326**

Pembimbing:

- (1) Dr. Drs. Ag Sunarno H, S.H, S.Pd, M.M
(2) Dr. Supriyono, S.E., M.M

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh SWOT dalam menentukan strategi pemasaran pada masa pandemi COVID-19 pada UMKM Konveksi Pembuatan Pakaian Kaos dan Sablon di Desa Pekalongan Kecamatan Winong Kabupaten Pati. Penelitian dilakukan secara kuantitatif, data primer diperoleh dengan survei menggunakan kuesioner. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari hasil kuesioner yang disebarkan pada responden yang telah ditentukan. Hasil analisis dalam penelitian sebagai berikut: (1) Faktor lingkungan internal meliputi produk, promosi harga yang mempengaruhi strategi pertumbuhan UMKM Konveksi Pembuatan Pakaian Kaos dan Sablon di Desa Pekalongan terdiri dari faktor kekuatan dan kelemahan. Dan untuk faktor eksternal meliputi ancaman pendatang baru, yang mempengaruhi strategi pertumbuhan terdiri dari faktor peluang dan ancaman, dan (2) Kondisi UMKM Konveksi Pembuatan Pakaian Kaos dan Sablon di Desa Pekalongan berada pada Kuadran I, hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM berada dalam kondisi yang sangat menguntungkan karena memiliki kekuatan sehingga dapat meraih beberapa peluang yang ada sehingga dapat memungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan, meraih kemajuan secara maksimal.

Kata Kunci: SWOT, Strategi Pemasaran, Pandemi COVID-19, UMKM Konveksi.

**SWOT ANALYSIS IN DETERMINING MARKETING STRATEGY DURING
THE COVID-19 PANDEMI**

**(Case Study on Convection SMEs Making T-shirts and Screen Printing in
Pekalongan Village, Winong District, Pati Regency)**

DISMA INTAN YULIANA

2018-11-326

Advisor:

(1) Dr. Drs. Ag Sunarno H, S.H, S.Pd, M.M

(2) Dr. Supriyono, S.E., M.M

ABSTRACTION

This study aims to analyze the influence of SWOT in determining marketing strategies during the COVID-19 pandemic for UMKM Convection Making T-shirts and Screen Printing in Pekalongan Village, Winong District, Pati Regency. The research was conducted quantitatively, the primary data was obtained by survey using a questionnaire. The primary data used in this study were obtained from the results of a questionnaire distributed to predetermined respondents. The results of the analysis in this study are as follows: (1) Internal environmental factors include products, price promotions that influence the growth strategy of the UMKM Convection for Making T-shirts and Screen Printing in Pekalongan Village consisting of strengths and weaknesses. And external factors include the threat of new entrants, which affect the growth strategy consisting of factors of opportunities and threats, and (2) The condition of UMKM Convection for Making T-shirts and Screen Printing in Pekalongan Village is in Quadrant I, this shows that MSME actors are in a very bad condition. very profitable because it has the strength so that it can seize some of the opportunities that exist so that it can make it possible to continue to expand, increase growth, achieve maximum progress.

Keywords: SWOT, Marketing Strategy, COVID-19 Pandemic, Convection SMEs.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI.....	vi
<i>ABSTRACTION</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Ruang Lingkup	7
1.3. Perumusan Masalah.....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Analisis SWOT	10
2.2. Strategi Pemasaran	17
2.3. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	25
2.4. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1. Rencana Penelitian.....	31
3.2. Lokasi Penelitian	31
3.3. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	31
3.4. Jenis Dan Sumber Data	36
3.5. Populasi dan Sampel	36
3.6. Pengumpulan Data.....	39
3.7. Pengolahan Data	39

	Halaman
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas	41
3.9. Analisis Data	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1. Gambaran Umum Penelitian	47
4.2. Penyajian Data	52
4.3. Analisis Data	62
4.4. Pembahasan	76
BAB V PENUTUP	88
5.1. Kesimpulan	88
5.2. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	92

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Jumlah Penjualan Konveksi Tahun 2019-2021	4
Tabel 2.1 Matrik SWOT	16
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	52
Tabel 4.2 Usia Responden	53
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden	54
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Terhadap Produk	55
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Terhadap Promosi	56
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Terhadap Harga	57
Tabel 4.7 Deskripsi Responden Terhadap Tempat	58
Tabel 4.8 Deskripsi Responden Terhadap Pemasok	59
Tabel 4.9 Deskripsi Responden Terhadap Lingkungan Ekonomi	60
Tabel 4.10 Deskripsi Responden Terhadap Resiko Bisnis	61
Tabel 4.11 Deskripsi Responden Terhadap Kebijakan Pemerintah	62
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel	63
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Variabel	65
Tabel 4.14 Analisis Matrik IFAS	67
Tabel 4.15 Analisis Matrik EFAS	69
Tabel 4.16 Matrik SWOT	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik Jumlah Penjualan Konveksi Kaos dan Sablon.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pikir Teoritis	13
Gambar 2.2 Identifikasi Lingkungan Eksternal dan Internal	15
Gambar 2.3 Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran	30
Gambar 3.1 Diagram Analisis SWOT	44
Gambar 3.2 Matrik SWOT	45
Gambar 4.1 Matrik SWOT	70