



**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UMKM MAKANAN DAN
MINUMAN DI WILAYAH KECAMATAN GEMBONG
DENGAN PENDEKATAN SWOT**

Skripsi

Disusun untuk Meperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

NUR LAILI FITRIA RAHAYU

NIM. 2019-11-230

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UMKM MAKANAN DAN
MINUMAN DI WILAYAH KECAMATAN GEMBONG
DENGAN PENDEKATAN SWOT**

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

Oleh:

NUR LAILI FITRIA RAHAYU

NIM. 2019-11-230

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

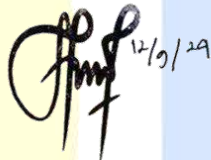
**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UMKM MAKANAN DAN
MINUMAN DI WILAYAH KECAMATAN GEMBONG
DENGAN PENDEKATAN SWOT**

Nama : Nur Laili Fitria Rahayu
NIM : 201911230
Program Studi : Manajemen

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

Kudus.....

Pembimbing I

 12/9/2019

(Dina Lusianti, S.E., M.M. AAK)

NIDN. 0630098401

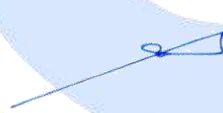
Pembimbing II



(Faridhatun Faidah, S.E., M.M.)

NIDN. 0601099201

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)

NIDN. 0024037701

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UMKM MAKANAN DAN
MINUMAN DI WILAYAH KECAMATAN GEMBONG
DENGAN PENDEKATAN SWOT**

Nama : Nur Laili Fitria Rahayu
NIM : 201911230
Program Studi : Manajemen

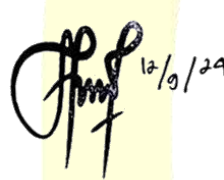
Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus.....

Mengetahui
Ketua Program Studi


(Noor Indah Rahmawati, S.E.,M.M)
NIDN. 0024037701

Pembimbing I

 12/9/29
(Dina Lusianti, S.E.,M.M. AAK)
NIDN. 0630098401

Mengetahui
Dekan



(Dr. Kertati Sumekar, S.E.,M.M)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II


(Faridhatun Faidah, S.E.,M.M)
NIDN. 0601099201

...

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Dan bersabarlah kamu. Sesungguhnya janji Allah adalah benar”

(Q.S Ar-Ruum:60)

Persembahan:

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

- Ayah dan Ibu
- Kakung dan Uti
- Adek
- Orang Tersayang
- Keluarga besar.
- Teman teman seperjuangan
- Almamater Universitas Muria Kudus

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga dalam kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UMKM MAKANAN DAN MINUMAN DI WILAYAH KECAMATAN GEMBONG DENGAN PENDEKATAN SWOT ”**. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. 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 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 yang telah merestui dan memberikan bimbingan dalam pembahasan dan penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
4. Ibu Dina Lusianti, S.E., M.M. AAK, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dalam pembahasan dan penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Faridhatun Faidah, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.

6. Bapak/Ibu Dosen dan Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
7. Orang tua tercinta, adek tersayang, ekong dan uti, orang tersayang, dan juga keluarga besar, yang tiada henti memberikan semangat dan do'a kepada saya agar di beri kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan studi.
8. Sahabat seperjuangan terimakasih selalu membantuku dalam semua pengerjaan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh mencapai kesempurnaan dalam arti sebenarnya, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan para pembaca pada umumnya.

Kudus, 12 Agustus 2024



Nur Laili Fitria Rahayu

2019-11-230

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UMKM MAKANAN DAN
MINUMAN DI WILAYAH KECAMATAN GEMBONG
DENGAN PENDEKATAN SWOT**

NUR LAILI FITRIA RAHAYU
NIM. 2019-11-230

Pembimbing
I. Dina Lusianti, S.E., M.M. AAK
II. Faridhatun Faidah, S.E., M.M

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAK

Fenomena menurunnya jumlah UMKM makanan dan minuman di Kecamatan Gembong Pati mencerminkan kondisi umum yang sering dialami UMKM di berbagai daerah. Data dari survei lapangan menunjukkan bahwa banyak UMKM menghadapi kendala dalam berbagai aspek, seperti akses modal yang terbatas, kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran yang efektif, persaingan yang ketat dengan usaha sejenis, dan kurangnya dukungan dari pemerintah setempat dalam hal pembinaan dan pengembangan usaha. Hal ini menunjukkan perlunya meningkatkan daya saing dan kelangsungan UMKM, terutama dalam sektor makanan dan minuman yang memiliki potensi besar untuk pertumbuhan ekonomi lokal. Pada UMKM, memiliki kekuatan utama, seperti harga jual yang kompetitif dan konsistensi rasa, dapat dimaksimalkan untuk memanfaatkan peluang pasar yang luas dan kerjasama dengan distributor dan tren oleh-oleh. Meskipun terdapat kelemahan seperti produk tidak tahan lama, UMKM dapat mengatasinya dengan strategi yang tepat, seperti fokus pada kualitas dan keamanan produk serta pengembangan produk inovatif. Faktor eksternal seperti persaingan dan tren makanan yang berubah-ubah juga dapat dihadapi dengan strategi seperti evaluasi berkala dan adaptasi produk. Dengan memanfaatkan potensi dan kesempatan yang ada, serta menerapkan strategi yang sesuai untuk mengatasi kelemahan dan tantangan, UMKM Makanan dan Minuman di Kecamatan Gembong Pati dapat mencapai kesuksesan yang lebih besar.

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, UMKM, SWOT

ANALYSIS OF MARKETING STRATEGIES FOR FOOD AND BEVERAGE UMKM IN THE GEMBONG DISTRICT AREA USING A SWOT APPROACH

NUR LAILI FITRIA RAHAYU

NIM. 2019-11-230

Mentor

I. Dina Lusianti, S.E., M.M. AAK

II. Faridhatun Faidah, S.E., M.M

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY PROGRAM

ABSTRACT

The phenomenon of decreasing number of food and beverage MSMEs in Gembong Pati District reflects the general conditions often experienced by MSMEs in various regions. Data from field surveys show that many MSMEs face obstacles in various aspects, such as limited access to capital, lack of understanding of effective marketing strategies, tight competition with similar businesses, and lack of support from the local government in terms of business guidance and development. This shows the need to increase the competitiveness and sustainability of MSMEs, especially in the food and beverage sector which has great potential for local economic growth. In MSMEs, having main strengths, such as competitive selling prices and consistency of taste, can be maximized to take advantage of broad market opportunities and collaboration with distributors and souvenir trends. Even though there are weaknesses such as products not being durable, MSMEs can overcome them with the right strategy, such as focusing on product quality and safety and developing innovative products. External factors such as competition and changing food trends can also be faced with strategies such as regular evaluation and product adaptation. By exploiting existing potential and opportunities, as well as implementing appropriate strategies to overcome weaknesses and challenges, Food and Beverage MSMEs in Gembong Pati District can achieve greater success.

Keywords: Strategy, Marketing, MSMEs, SWOT

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iiiv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
Halaman	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	8
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Manajemen	11
2.1.1 Pengertian Manajemen	11
2.2 Strategi Pemasaran	11
2.2.1 Pengertian Strategi Pemasaran	11
2.2.2 Fungsi Strategi Pemasaran	12
2.2.3 Konsep Strategi Pemasaran	14
2.3 Analisis Lingkungan Usaha	16
2.4 Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE)	17
2.4.1 Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)	17

2.4.2 Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE)	18
2.5 Analisis SWOT	21
2.5.1 Pengertian Analisis SWOT	21
2.5.2 Fungsi Analisis SWOT	25
2.5.3 Manfaat Analisis SWOT	26
2.5.4 Tujuan Analisis SWOT	26
2.5.5 Faktor – Faktor Analisis SWOT	29
2.5.6 Hal yang Perlu Diperhatikan dalam Analisis SWOT	32
2.5.7 Model Analisis SWOT	37
2.6 Pengaruh Antar Variabel.....	39
2.6.1 Pengaruh Analisis Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan SWOT	39
2.7 Penelitian Terdahulu	40
2.8 Kerangka Berpikir.....	46
BAB III METODE PENELITIAN.....	50
3.1 Metode Penelitian	50
3.1.1 Pendekatan Penelitian.....	50
3.1.2 Objek dan Lokasi Penelitian.....	51
3.2 Sumber Data.....	51
3.3 Variabel Penelitian.....	52
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Pengumpulan Sampel.....	52
3.4.1 Populasi	52
3.4.2 Sampel	52
3.4.3 Pengumpulan Data.....	53
3.4.4 Analisis Data	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	62
4.1.1 Profil UMKM Makanan dan Minuman di Kecamatan Gembong Pati	62
4.2 Penyajian Data	63
4.2.1 Data Responden.....	63

4.3	Pengolahan Data	65
4.3.1	Faktor Internal	65
4.3.2	Faktor Eksternal.....	66
4.4	Analisis Data.....	67
4.4.1	Analisis SWOT.....	67
4.4.2	Matriks SWOT	70
4.4.3	Matriks IFAS dan EFAS	79
4.4.4	Diagram Matriks SWOT	84
BAB VKESIMPULAN DAN SARAN.....		87
5.1	Kesimpulan	87
5.2	Saran	87
DAFTAR PUSTAKA		89
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....		92
LAMPIRAN.....		106

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pengeluaran Per Kapita Tahunan (Rupiah) Masyarakat Kota Indonesia 2020-2022.....	2
Tabel 1.2 Pengeluaran Per Kapita Tahunan (Rupiah) Untuk Makanan dan Minuman Masyarakat Kota Indonesia 2020-2022.....	3
Tabel 1.3 Jumlah UMKM Makanan dan Minuman di Kecamatan Gembong 2022-2023	4
Tabel 1.4 Strategi Pemasaran UMKM pada tahun 2020 - 2023	6
Tabel 2.1 Pendekatan matriks SWOT	38
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Wawancara, Kuesioner dan Observasi pada UMKM	64
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Kuesioner	64
Tabel 4.3 Matriks SWOT pada UMKM Makanan dan Minuman Kecamatan Gembong Pati	71
Tabel 4.4 Penilaian Bobot	81
Tabel 4.5 Hasil Perhitungan dengan Bobot dan Rating dalam Matriks IFAS pada UMKM Makanan dan Minuman Kecamatan Gembong	82
Tabel 4.6 Hasil Perhitungan dengan Bobot dan Rating dalam Matriks EFAS pada UMKM Makanan dan Minuman Kecamatan Gembong	83

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Rata-Rata Pengeluaran Per Kapita Setahun(Rupiah) Makanan DanMinuman	3
Gambar 2.1 DiagramAnalisisSWOT UMKM Makanan dan Minuman	22
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	48

