

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI *MARKETING PROGRAM*
PADA UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH)
DI SEKITAR PEMATANG BAIH**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Mengikuti Ujian Komprehensif Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



OLEH :

**FATMAWATI EFENDI
NIM : 1625013**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
TAHUN 2020**

HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : FATMAWATI EFENDI

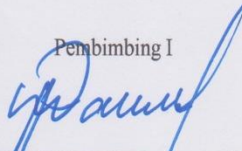
NIM : 1625013

**JUDUL PENELITIAN : ANALISIS STRATEGI *MARKETING PROGRAM*
PADA UMKM (USAHA MIKRO KECIL
MENENGAH) DI SEKITAR PEMATANG BAIH**

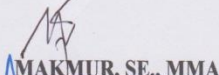
Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Akhir Komprehensif Program Studi Manajemen pada hari Kamis 25 Juni 2020 dan telah dilakukan perbaikan sesuai dengan simpulan dan saran Tim Penguji.

Pasir Pengaraian, 07 Juli 2020

Pembimbing I


PURWANTORO, SE., M.Si
NIDN: 1030049001

Pembimbing II

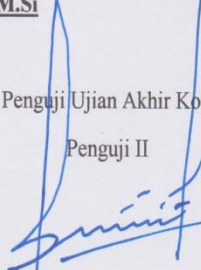

MAKMUR, SE., MMA
NIDN: 1010038001

Penguji Ujian Akhir Komprehensif

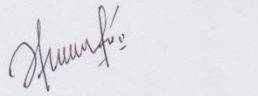
Penguji I


YULFITA AINI, SE., MM
NIDN: 1024097802

Penguji II


SEPRINI, SE., MM
NIDN: 1025097804

Penguji III


NURUL HIDAYATI, SE., M.Si
NIDN: 1005118901

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pasir Pengaraian


ARRAFIQR RAHMAN, SE., MM
NIDN: 1018108502

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : FATMAWATI EFENDI
Nomor Mahasiswa : 1625013
Program Studi : MANAJEMEN
Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI *MARKETING PROGRAM*
PADA UMKM (USAHA MIKRO KECIL
MENENGAH) DI SEKITAR PEMATANG BAIH

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan serta tidak juga terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan / atau diterbitkan oleh orang lain. Kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian, 19 Mei 2020

Yang Membuat Pernyataan


FATMAWATI EFENDI

ABSTRAK

FATMAWATI EFENDI. NIM:1625013. 2020. ANALISIS STRATEGI MARKETING PROGRAM PADA UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) DI SEKITAR PEMATANG BAIH. PEMBIMBING I: PURWANTORO SE., M.SI. DAN PEMBIMBING II: MAKMUR, SE., MMA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *marketing program* yang tepat pada UMKM di Pematang Baih baik dilihat dari kekuatan dan kelemahannya maupun dari peluang dan ancamannya (analisis SWOT). Rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi *marketing program* yang tepat pada UMKM di Pematang Baih baik dilihat dari kekuatan dan kelemahannya maupun dari peluang dan ancamannya (analisis SWOT). Metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif sebagai dasar dalam melakukan penulisan. Penelitian deskriptif kualitatif, yaitu data yang dikumpulkan dan digunakan ialah data berasal dari informan penelitian baik itu berupa gambar, kata-kata dan bukan berbentuk angka. Kabupaten/Kota di Malang Raya. Alat analisis yang digunakan adalah SWOT, bertujuan mengidentifikasi dan mengetahui seberapa besar kekuatan, kelemahan, peluang, dan hambatan pengembangan UMKM di Pematang Baih. Hasil evaluasi faktor internal dan eksternal UMKM di Pematang Baih secara keseluruhan menunjukkan bahwa UMKM sudah pada posisi yang bagus, yaitu pada Kuadran I. Dengan demikian, maka dapat diterapkan strategi SO. Hasil pemetaan analisis SWOT terhadap faktor yang mempengaruhi tumbuh dan berkembangnya UMKM di Pematang Baih adalah memperlihatkan posisi strategis.

Kata kunci : strategi *marketing program*, swot, umkm, pematang baih

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Shubhanallah wa taala yang telah memberikan rahmat, hidayah serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya, tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih setulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Adolf Bastian, M.Pd, selaku Rektor Universitas Pasir Pengaraian.
2. Bapak Arrafiqur Rahman, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
3. Bapak Purwantoro SE., M.Si selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian sekaligus selaku pembimbing I yang telah menyetujui dan menyediakan waktu sampai dengan selesainya pembuatan skripsi ini
4. Bapak Makmuri,SE., MMA selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktu untuk membimbing dan memberikan ilmu kepada penulis sampai dengan selesainya pembuatan skripsi ini.
5. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian yang telah banyak melimpahkan ilmunya kepada penulis selama penulis menimba ilmu di Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

6. Kepada Ayahanda dan ibunda tercinta yang telah memberikan nasehat, semangat, dorongan, motivasi dan do'a tanpa henti kepada penulis dalam setiap langkah. Penulis persembahkan sebagai tanda bakti penulis kepada ayahanda dan ibunda tercinta.
7. Rekan-rekan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan andil berupa saran, kritik dan koreksi selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik saran yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan-perbaikan ke depan.

Semoga segala bantuan yang tidak ternilai harganya ini mendapat imbalan di sisi Allah Shubhanallah wa taala sebagai amal ibadah, Amin.

Pasir Pengaraian, April 2020

Penulis

FATMAWATI EFENDI

NIM : 1625013

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Strategi <i>Marketing</i> Program	10
2.1.2 Indikator <i>Marketing</i> Program	14
2.1.3 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	16
2.1.3.1 Peran UMKM.....	19
2.1.4 Analisis SWOT.....	20
2.1.4.1 Fungsi SWOT.....	25
2.1.4.2 Manfaat Analisis SWOT.....	26
2.1.4.3 Tujuan Analisis SWOT.....	26
2.1.4.4 Matriks SWOT.....	26
2.1.4.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Analisis SWOT.....	28

2.2 Kerangka Konseptual	30
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	31
3.2 Informan Penelitian	31
3.3 Jenis dan Sumber Data	32
3.4 Teknik Pengambilan Data	33
3.5 Defenisi Operasional	33
3.6 Teknik Analisis Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	40
4.1.1 Sejarah Tempat Penelitian.....	40
4.2 Analisis Data Penelitian.....	41
4.2.1 Identifikasi Faktor Eksternal dan Faktor Internal.....	41
4.2.1.1 Faktor Internal.....	41
4.2.1.2 Faktor Eksternal.....	44
4.2.2 Menentukan Matrik EFASdan IFAS (Tahap Analisis SWOT).....	48
4.2.3 Menentukan Alternatif Strategi Pemasaran yang Tepat Berdasarkan Dalam Analisis SWOT.....	49
4.3 Pembahasan.....	51
4.3.1 Alternatif Strategi Pengembangan Usaha dengan Analisis SWOT Bagi UMKM di Pematang Baih.....	52
4.3.2 Strategi <i>Marketing</i> yang Tepat pada UMKM di Pematang Baih Berdasarkan Faktor Eksternal dan Internal (Analisis SWOT).....	53
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah UMKM di Pematang Baih.....	6
Tabel 2.1 Matrik SWOT	27
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	34
Tabel 4.1 IFAS.....	43
Tabel 4.2 EFAS.....	47
Tabel 4.3 Matrik EFASdan IFAS UMKM di Pematang BaiH.....	48

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Analisis Diagram SWOT.....	23
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	30
Gambar 4.1 Diagram SWOT.....	50