

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
DAYA SAING UMKM SABLON GARMENT SURABAYA**

*Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Universitas Narotama Surabaya*



PRO PATRIA

Oleh :

HANIF MAULANA

NIM : 01216052

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NAROTAMA
SURABAYA**

2020

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hanif Maulana
NIM : 01216052
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Jurusan : Manajemen (Pemasaran)

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM SABLON GARMENT SURABAYA

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat digunakan apabila diperlukan.

Surabaya, 28 OKTOBER 2020

Pembuat Pernyataan,



Hanif Maulana

Nim : 01216052

PERSETUJUAN SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM SABLON GARMENT SURABAYA

DIAJUKAN OLEH:

Nama : Hanif Maulana

Nim: 01216052

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,



(Sengguruh Nilowardono, SE., M.Si)

TANGGAL 30 September 2020

KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN,



(Agus Sukoco, ST., MM.)

TANGGAL 30 September 2020

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

TELAH DIUJI DAN DIPERTAHANKAN PADA HARI SEMIN, TANGGAL

28 SEPTEMBER 2020

Judul Skripsi : **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM SABLON GARMENT
SURABAYA**

Disusun Oleh : Hanif Maulana
Nim : 01216052
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Prodi : Manajemen
Perguruan Tinggi : Universitas Narotama Surabaya
Dihadapan Team Pengujian :


1. I GEDE ARIMBAWA, SE., MM


2. QAUSYA FAVIANDHANI, SE., MM


3. SENGGURUH NILOWARDONO, SE., M.Si

HALAMAN PERSETUJUAN PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Narotama Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hanif Maulana
NIM : 01216052
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : S-1 (Sarjana)
Jenis Karya : Karya Ilmiah

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Narotama hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalti Free Right)

.....

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Noneksklusif ini Universitas Narotama berhak menyimpan, mengalihmedia formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Surabaya

Pada Tanggal: 08 OKTOBER 2020

Yang menyatakan



(Hanif Maulana)

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia yang telah Allah berikan, saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul

“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM SABLON GARMENT SURABAYA”

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama.

Dalam penyusunan skripsi ini, saya menyadari bahwa keberhasilan dan terlaksananya penelitian ini bukan merupakan keberhasilan individu. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan, maupun doa sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih saya tujukan kepada :

1. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa, restu, dukungan, dan kasih sayang yang sangat berarti bagi saya.
2. Bapak Dr.Ir.Sri Wiwoho Mudjanarko, ST., MT., IPM. selaku Rektor Universitas Narotama Surabaya.
3. Ibu Dr. Ir. Rr. Hermien Tridayanti, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama Surabaya.
4. Bapak Agus Sukoco, ST., MM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Narotama Surabaya.
5. Bapak Sengguh Nilowardono, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan petunjuk dan nasehat yang sangat berarti bagi saya.
6. Bapak/Ibu dosen, staff, dan karyawan di lingkungan Universitas Narotama Surabaya yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi.
7. Teman-teman Universitas Narotama, sahabat-sahabat saya sekaligus teman seperjuangan: Anita, Danur, Himza, Indi, Tiffany dll. Terima kasih atas dukungan, pengertian, doa, serta telah memberi masa kuliah yang berkesan yang tidak akan pernah terlupakan.
8. Keluarga tercinta yang tiada hentinya memberikan do'a, motivasi dan semangat kepada saya untuk menyelesaikan skripsi saya ini.
9. Teman-teman saya: yang telah memberi semangat dan dorongan dalam proses penyelesaian skripsi.
10. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan kepada saya dalam menyusun skripsi.

Akhir kata, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya untuk membalas kebaikan dari semua pihak yang telah membantu saya selama ini. Semoga skripsi ini bermanfaat kepada semua pihak.

Surabaya,

Hanif Maulana



ABSTRACT

MARKETING STRATEGY ANALYSIS IN IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF MSME SABLON GARMENT SURABAYA

By: Hanif Maulana

Supervisor :

Sengguruh Nilowardono, SE., M.Si

Companies can develop competitive strategies by finding a match between internal and external strengths of the company. This strategy is very important, especially for the Surabaya Garment Screen Printing service company, which aims to anticipate changes in the external environment so that the company can gain a competitive advantage.

Garment Screen Printing Services must continue to innovate, maintain product quality, maintain customer satisfaction and maintain service quality. To achieve this, it is necessary to have the right marketing strategy, namely by using the ifas and efas methods.

Keywords: marketing strategy, ifas and efas method, competitiveness.

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM SABLON GARMENT SURABAYA

Oleh : Hanif Maulana

Dosen Pembimbing :

Sengguruh Nilowardono, SE., M.Si

Perusahaan dapat mengembangkan strategi bersaing dengan mencari kesesuaian antara kekuatan internal dan eksternal perusahaan. Strategi ini sangat penting terutama untuk perusahaan jasa Sablon Garment surabaya yang bertujuan untuk mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal sehingga perusahaan dapat memperoleh keunggulan bersaing.

Jasa Sablon Garment harus terus berinovasi, menjaga kualitas produk, menjaga kepuasan konsumen dan menjaga kualitas pelayanan. Untuk mewujudkan hal itu maka perlu adanya strategi pemasaran yang tepat yaitu dengan menggunakan metode ifas dan efas.

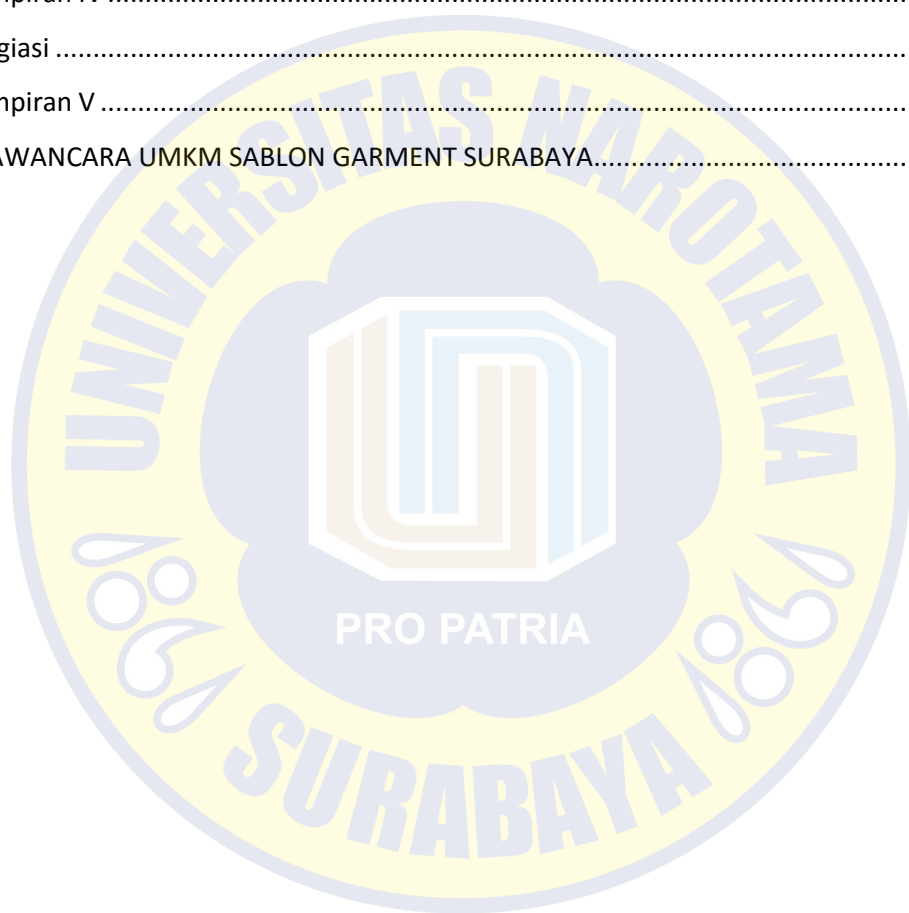
Kata kunci : strategi pemasaran, metode ifas dan efas, daya saing.

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRACT.....	vii
MARKETING STRATEGY ANALYSIS IN IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF MSME SABLON GARMENT SURABAYA.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM SABLON GARMENT SURABAYA.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	2
1.1 Latar Belakang.....	2
1.1.1 Klasifikasi UMKM.....	3
1.1.2 Jenis-jenis UMKM.....	4
1.1.3 Perkembangan UMKM.....	5
1.2 Perumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.5 Batasan Penelitian.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Penelitian Terdahulu.....	17

2.2	Landasan Teori	36
2.2.1	Usaha Mikro kecil Dan Menengah	36
2.2.2	Daya Saing	40
2.2.3	Pengertian Strategi Dan Manajemen Strategi	46
2.2.4	Analisis SWOT	54
2.3	Kerangka Berpikir	74
BAB III METODE PENELITIAN		77
3.1	Jenis Penelitian	77
3.2	Populasi Dan Sampel	77
3.3	Jenis, Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data	77
3.3.1	Design Penelitian	78
3.4	Variabel dan Definisi Operasional	79
3.5	Teknik Dan Analisa Data	83
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		92
4.1	Deskripsi Operasional	92
4.1.1	Profil Perusahaan	92
4.1.2	Visi Dan Misi Perusahaan	96
4.2	Deskripsi Data hasil Penelitian	97
4.2.1	Analisis SWOT Sablon Garment Surabaya	97
4.3	Hasil Penelitian (Perhitungan dan Pengolahan Data)	110
4.4	Perbedaan dan Pembahasan Hasil Penelitian	110
4.4.1	Perbedaan Sablon Garment (Manual) Dengan Sablon Digital (Printing) 110	
4.4.2	Analisis SWOT Pesaing Sablon Manual	120
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		122
5.1	Kesimpulan	122
5.2	Saran	122
DAFTAR PUSTAKA		124
Lampiran I		126

BIODATA PENULIS	126
Lampiran II	127
SERTIFIKAT CONFERENCE	127
Lampiran III	128
Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	128
Lampiran IV	130
Plagiasi	130
Lampiran V	162
WAWANCARA UMKM SABLON GARMENT SURABAYA.....	162



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan UMK Di Jawa Timur.....	5
Gambar 1. 2 Perkembangan UMB Di Jawa Timur.....	6
Gambar 2. 1 Penerbitan alur (IUMK).....	38
Gambar 2. 2 Diagram Matrik SWOT (Sumber: Freddy Rangkuti 2015).....	57
Gambar 2.3 Matrik SWOT (Sumber: <i>Freddy Rangkuti 2015</i>).....	60
Gambar 2.4 Matrik Strategi Umum (Sumber : <i>Freddy Rangkuti 2015</i>).....	61
Gambar3.1Design Penelitian (Sumber: Sablon Garment Surabaya).....	79
Gambar3.2 Matrik SWOT (Sumber : <i>Fredy Rangkuli (2009:31)</i>).....	85
Gambar3. 3Diagram SWOT.....	89
Gambar 4.1 Sablon Garment Surabaya.....	92
Gambar 4.2Tempat Sablon Raber.....	95
Gambar 4.3Tempat Sablon Patisol.....	95
Gambar 4.4 Diagram SWOT UMKM Sablon Garment Surabaya.....	109
Gambar 4.5Proses Design Untuk Membuat.....	111
Gambar 4.6 Alat Percetakan Sablon Manual.....	112
Gambar 4.7 Alat Sablon Digital (Sablon Printing).....	115

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Sablon di Surabaya (Perkumpulan Sablon, 2018)	12
Tabel 3. 1 Desain Instrumen Penelitian Kekuatan (<i>Strengths</i>)	80
Tabel 3. 2 Desain Instrumen Penelitian Kelemahan (<i>Weakness</i>)	81
Tabel 3. 3 Desain Instrumen	81
Tabel 3. 4 Desain Instrumen Penelitian Ancaman (<i>Threats</i>)	82
Tabel 3.5 IFAS (<i>Internal Strategic Factor Analysis Summary</i>) (Sumber: Diklat Spama, 2000)	86
Tabel 3. 6 EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>)	89
Tabel 4.1 Faktor-Faktor Internal Dan Eksternal	98
Tabel 4. 2 Matriks SWOT	100
Tabel 4. 3 Kuisisioner Internal Faktor Analisis Strategi untuk mengetahui kekuatan (<i>Strengths</i>)	106
Tabel 4. 4 Tabel <i>Kuisisioner Internal Factor Analysis Strategy</i> Untuk Mengetahui Kelemahan (<i>Weakness</i>)	107
Tabel 4. 5 Tabel <i>Kuisisioner Eksternal Factor Analysis Strategy</i> Untuk Mengetahu Peluang (<i>opportunities</i>)	108
Tabel 4. 6 Tabel <i>Kuisisioner Eksternal Factor Analysis Strategy</i> Untuk Mengetahui Ancaman (<i>Threats</i>)	108
Tabel 4. 7 Hasil Analisis <i>internal dan eksternal</i>	109
Tabel 4. 8 Koordinat <i>Analysis Internal Dan Eksternal</i>	109

