

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATAN  
DAYA SAING PRODUK SINOM SURAMADU DI SURABAYA**

**SKRIPSI**



Oleh :  
**Mohammad Saleh Askan**  
**NIM : 01212060**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NAROTAMA  
SURABAYA  
TAHUN 2016**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM  
MENINGKATAN DAYA SAING PRODUK SINOM  
SURAMADU DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih  
Derajat Sarjana Ekonomi*



**PRO PATRIA**

Oleh :

**Mohammad Saleh Askan**

**NIM : 01212060**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NAROTAMA  
SURABAYA  
TAHUN 2016**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Mohammad Saleh Askan  
NIM : 01212060  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jurusan : Managemen pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATAN DAYA  
SAING PRODUK SINOM SURAMADU DI 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 (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanannya).

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakann bilamana diperlukan.

Surabaya, 06 Agustus 2016

Pembuat Pernyataan,

Mohammad Saleh Askan

Nim : 01212060

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**“ ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATAN DAYA  
SAING PRODUK SINOM SURAMADU DI SURABAYA”**

Diajukan oleh:  
Mohammad Saleh Askan  
01212060

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

Dosen pembimbing,

**Drs. Ec. R. Agus Baktiono, M.M.**

Tanggal, .....

Ketua Program Studi Manajemen

**I GEDE ARIMBAWA, S.E., M.M.**

Tanggal, .....

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

TELAH DIUJI DAN DIPERTAHANKAN

PADA HARI ....., TANGGAL .....

**Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM  
MENINGKATAN DAYA SAING PRODUK SINOM SURAMADU  
DI SURABAYA**

Disusun Oleh : Mohammad Saleh Askan  
NIM : 01212060  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Prodi : Manajemen  
Perguruan Tinggi : Universitas Narotama Surabaya

Dihadapan Team Penguji :

1. Dr.Ec.R. Agus Baktiono, MM .....
2. I Gede Arimbawa, SE., MM. ....
3. Sangguruh Nilowardono, SE., MSi. ....

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Mohammad Saleh Askan  
NIM : 01212060  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jenis karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Narotama Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATAN DAYA SAING PRODUK SINOM SURAMADU DI SURABAYA**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Narotama berhak menyimpan, mengalih media/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 : .....

Pada tanggal : .....

PRO PATRIA Yang menyatakan

Meteri Rp.6000

(Mohammad Saleh Askan)

NIM : 01212060

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan Kuliah Kerja Mahasiswa di Dukuh Setro Rawasan Gg. 7 No. 18 Surabaya, yaitu Strategi Pemasaran Usaha Sinom Suramadu dengan lancar tanpa ada hambatan.

Pelaksanaan Skripsi bagi mahasiswa merupakan wujud dari salah satu Tri dharma Perguruan Tinggi. Disamping itu adalah salah satu wujud untuk melatih para mahasiswa bekerja di dalam lingkungan masyarakat guna mengaplikasikan teori yang diperoleh dari perkuliahan.

Tujuan pembuatan laporan ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana cara proses usaha pemasaransinom suramadu, selain itu kita bisa mengetahui keunggulan dan kelemahan sinom suramadu ini. Saya menyadari bahwa dalam menyusun laporan ini tidak akan dapat terwujud tanpa ada bantuan dari beberapa pihak. Saya ucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Ibu Djati Sesulih sebagai pemilik usaha sinom suramadu
2. Bapak Drs.EC. R. Agus Baktiono.MM. sebagai dosen pembimbing
3. Bapak IGede Arimbawa,SE,MM sebagai kaprodi Manajemen
4. Prof Dr.Soebandi,SE,AK CPA sebagai dekan fakultas ekonomi
5. Bapak Subakir,Sos sebagai Lurah kelurahan Dukuh Setro

Akhir kata semoga apa yang telah saya buat dapat bermanfaat bagi masyarakat luas pada umumnya dan terutama saya sendiri.

Surabaya, 06 Agustus 2016

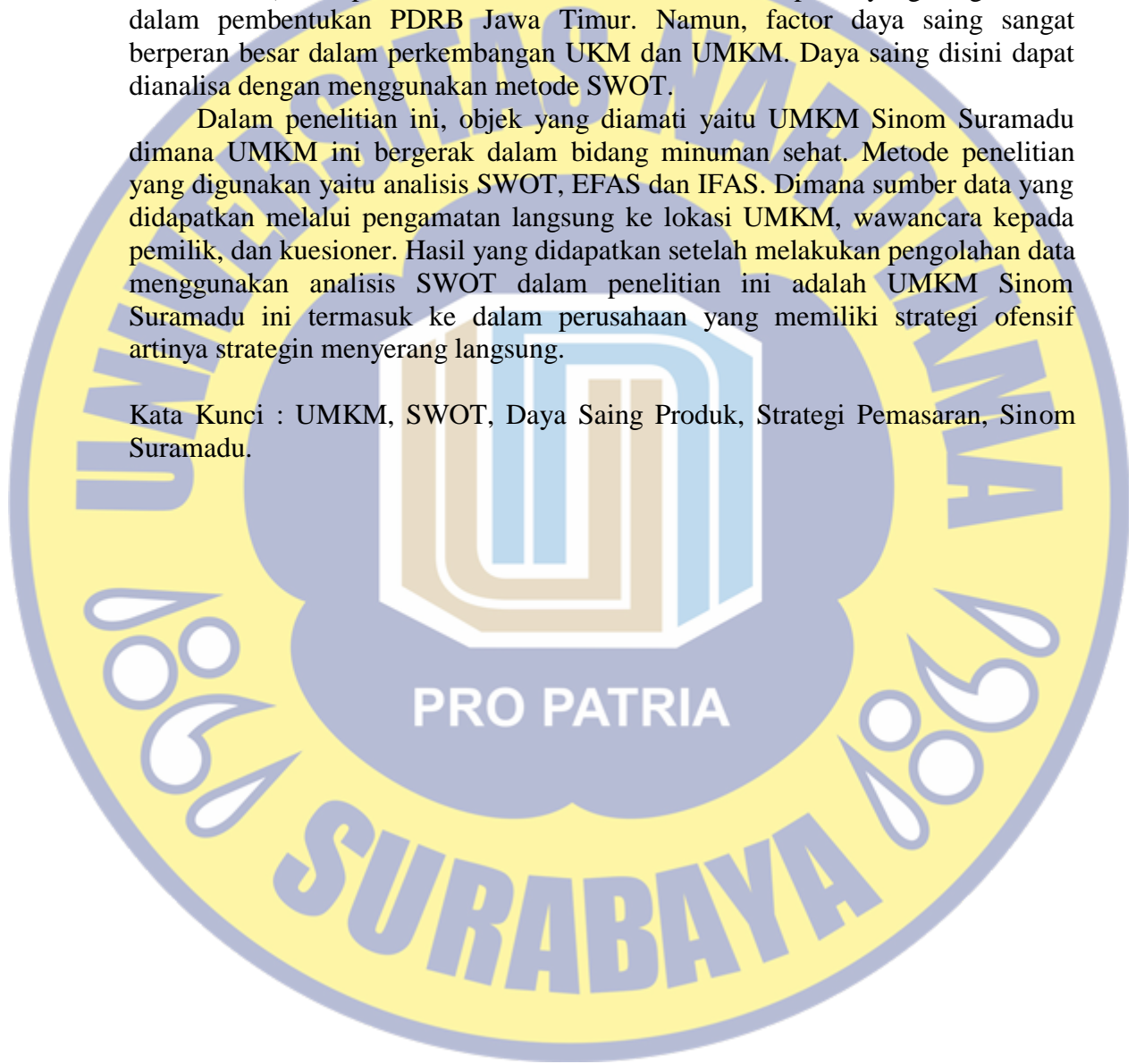
Penulis,

## ABSTRAK

Perkembangan usaha sektor UMKM di Indonesia selama kurun waktu terakhir telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Khususnya Yang ada di wilayah Jawa Timur. Peran UMKM yang cukup besar dalam menyumbang Produk Domestik Bruto (PDRB) Propinsi Jawa Timur dinilai cukup mengembirakan karena bisa mencapai sebesar 53,95% (Laporan BPS Prov. Jawa Timur, 2012) merupakan bukti bahwa UMKM memiliki peran yang sangat besar dalam pembentukan PDRB Jawa Timur. Namun, factor daya saing sangat berperan besar dalam perkembangan UKM dan UMKM. Daya saing disini dapat dianalisa dengan menggunakan metode SWOT.

Dalam penelitian ini, objek yang diamati yaitu UMKM Sinom Suramadu dimana UMKM ini bergerak dalam bidang minuman sehat. Metode penelitian yang digunakan yaitu analisis SWOT, EFAS dan IFAS. Dimana sumber data yang didapatkan melalui pengamatan langsung ke lokasi UMKM, wawancara kepada pemilik, dan kuesioner. Hasil yang didapatkan setelah melakukan pengolahan data menggunakan analisis SWOT dalam penelitian ini adalah UMKM Sinom Suramadu ini termasuk ke dalam perusahaan yang memiliki strategi ofensif artinya strategin menyerang langsung.

Kata Kunci : UMKM, SWOT, Daya Saing Produk, Strategi Pemasaran, Sinom Suramadu.





## ABSTRACT

Business development sector of UMKM in Indonesia during the last period has been progressing very rapidly. Especially the ones in the East Java region. The role of UMKM is significant in contributing Gross Domestic Product (GDP) of East Java Province is considered quite encouraging because it can be reached 53.95% (BPS report Prov. East Java, 2012) is evidence that UMKM have a very big role in the formation of PDRB in Java East. However, the competitiveness factors play a huge role in the development of UKM and UMKM. Here's competitiveness can be analyzed using SWOT method.

In this experiment, the object being observed, namely UMKM “Sinom Suramadu” where UMKM have engaged in healthy drink. The method used is the SWOT analysis, EFAS and IFAS. Where is the source of the data obtained through direct observation to the location of UMKM, interviews to the owner, and questionnaires. The results obtained after processing the data using SWOT analysis in this study is the UMKM “Sinom Suramadu” belong to the company that has an offensive strategy means strategy in direct attack.

Keywords : Kata Kunci : UMKM, SWOT, Daya Saing Produk, Strategi Pemasaran, Sinom Suramadu.



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Batasan Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Analisis SWOT .....	9
2.2 Landasan Teori .....	16
2.2.1. Usaha Mikro Kecil dan Menengah .....	16
2.2.2. Daya Saing .....	17

2.2.3. Pengertian Strategi dan Manajemen Strategi .....	23
2.2.4. Analisis SWOT .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian .....	54
3.2 Populasi dan Sampel .....	54
3.2.1. Sumber Data, Teknis, dan Pengumpulan Data .....	54
3.2.2. Teknik Pengumpulan Data .....	55
3.2.3. Pengumpulan Data Operasional .....	55
3.3 Desai Penelitian .....	57
3.4 Teknik dan Analisa Data .....	58
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Deskripsi Kegiatan .....	68
4.2 Analisis SWOT Sinom Suramadu .....	68
4.3 Program Tindak Lanjut .....	77
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	80
5.2 Saran .....	80
DAFTAR PUSTAKA .....	82
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	84

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Perkembangan UMKM di Jawa Timur .....	3
Tabel 2.1. Matriks Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 3.1. EFAS ( <i>External Strategic Factor Analysis Summary</i> ) .....	61
Tabel 3.2. IFAS ( <i>Internal Strategic Factor Analysis Summary</i> ).....	63
Tabel 3.3. Matriks SWOT .....	66
Tabel 4.1. Faktor-faktor Strategi Internal dan Eksternal .....	69
Tabel 4.2. Matriks SWOT .....	69
Tabel 4.3. Kuisiomer Internal Faktor Analisis Strategi untuk Mengetahui Kekuatan ( <i>Strenght</i> ) .....	74
Tabel 4.4. Kuisiomer Internal Faktor Analisis Strategi untuk Mengetahui Kelemahan ( <i>Weakness</i> ) .....	74
Tabel 4.5. Kuisiomer Internal Faktor Analisis Strategi untuk Mengetahui Peluang ( <i>Opportunity</i> ) .....	75
Tabel 4.6. Kuisiomer Internal Faktor Analisis Strategi untuk Mengetahui Ancaman ( <i>Threat</i> ) .....	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Lima Kekuatabn Porter .....	29
Gambar 2.2. Diagram Matrik SWOT .....	36
Gambar 2.3. Diagram Analisis SWOT .....	41
Gambar 2.4. Matriks Analisis SWOT .....	43
Gambar 2.5. Matriks Strategi Umum .....	43
Gambar 3.1. Desain Penelitian .....	58
Gambar 3.2. Diagram SWOT .....	65
Gambar 3.3. Alternatif Strategi .....	67
Gambar 4.1. Matriks UKM Sinom Suramadu .....	77



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. KESIMPULAN**

1. Suatu kunci keberhasilan juga di dukung oleh kekuatan internal yang cukup baik, seperti dukungan sumber daya manusia, dukungan manajemen yang baik, kualitas produk yang baik, pelayanan yang memuaskan, serta harga produk cukup bersaing.
2. Dengan melakukan kedua analisa yaitu analisa internal dan analisa eksternal maka UMKM harus melakukan Analisa SWOT.
3. Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis adalah Matrik SWOT
4. Empat komponen utama yaitu efisiensi, inovasi, kualitas serta respon terhadap pelanggan yang menentukan keunggulan kompetitif.

#### **5.2. SARAN**

1. Untuk memafaatkan kecendrungan keunggulan komparatif masing-masing lembaga harus menggunakan seluruh kekuatan dan meminimalkan kelemahan demi merebut peluang dan mengatasi ancaman yang akan datang
2. Untuk mencapai keberhasilan dalam rancangan inovasi hendaknya ada upaya yang dilakukan oleh seorang pemimpin, hendaknya peminpin punya kemampuan dalam mengelola dan membina para anggotanya untuk mencapai tujuan organisasinya.

3. Dengan Analisis SWOT di harapkan dapat memberikan gambaran tahap-tahap perumusan tujuan dimulai dari visi dan misi yang menghasilkan nilai-nilai. Visi, misi dan nilai-nilai tersebut secara bersamaan dianalisis dengan mempertimbangkan faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi, baik lingkungan internal yaitu lingkungan didalam organisasi maupun lingkungan eksternal.
4. Dengan ini mudah-mudahan dapat menambah pengetahuann kita tentang Analisis SWOT dalam merancang suatu inovasi, dan diharapkan ada yang meneliti untuk penelitian selanjutnya.
5. Kelemahan UMKM produk Sinom Suramadu ini sudah dianalisa dan didapatkan upaya untuk mengatasinya. Salah satunya adalah mengenai produksi yang masih memakai cara konvensional dan terdapat upaya lainnya untuk kelemahan yang lain juga.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan, 2002. *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi*, Liberty, Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur, 2012. *Jawa Timur Dalam Angka*
- David, F. R. 2002. *Manajemen Strategis*. Alih bahasa Alexander Sindoro. PT. Prenhallindo, Jakarta.
- David, Fred R. 2006. *Manajemen Strategis*. Penerbit Salemba Empat : Jakarta.
- Fandy Tjiptono, 1997, *Strategi Pemasaran*, CV. Andi Offset : Yogyakarta.
- Hunger, J. D dan T. L. Wheelen. 2003. *Manajemen Strategik*. Andi, Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan*, Jakarta.
- Porter, M. E. 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press, New York.
- Pearce, J.A. dan R.B. Robbinson. 2008. *Manajemen Strategis : Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian (Terjemahan, Buku 1)*. Salemba Empat, Jakarta.
- Purwanto, Iwan, 2008. *Manajemen Strategi*, Bandung : Yrama Widya.
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* Jakarta: Gramedia, 2001
- Rangkuty, Freddy. 2003. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis (Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21)*. Jakarta” Gramedia Pustaka Utama.
- Tambunan, T., dan Nasution, F., 2006, “Pengkajian Peningkatan Daya Saing UKM yang Berbasis Pengembangan Ekonomi Lokal”, *Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM*, Nomor 2 Tahun I, 26 – 40. Diakses dari <http://www.depkop.go.id> pada tanggal 7 September 2010.
- Tambunan, T.T.H., 2010, “Paradigma Terhadap Peran UMKM di Indonesia Harus Dirubah”, Editorial Agustus 2010, Center for Industry, SME & Business Competition Studies, Universitas Trisakti. Diakses dari [http://www.fe.trisakti.ac.id/pusatstudi\\_industri/](http://www.fe.trisakti.ac.id/pusatstudi_industri/) pada tanggal 9 September 2010.



Tambunan, T.T.H., 2008a, "Ukuran Daya Saing Koperasi dan UMKM", BackgroundStudy, RPJM Nasional Tahun 2010-2014 Bidang Pemberdayaan Koperasi dan UKM Bappenas. Diakses dari <http://www.kadin-indonesia.or.id> pada tanggal 8 September 2010.

Tambunan, T.T.H., 2008b, "Masalah Pengembangan UMKM di Indonesia: Sebuah Upaya Mencari Jalan Alternatif", Makalah, Forum Keadilan Ekonomi, Institute for Global Justice. Diakses dari <http://www.kadin-indonesia.or.id> pada tanggal 6 September 2010.

Tambunan, T.T.H., 2008c, "Daya Saing Global Indonesia 2008-2009 versi World Economic Forum (WEF)", Makalah, Kadin Indonesia. Diakses dari <http://www.kadin-indonesia.or.id> pada tanggal 6 September 2010.

Tambunan, T.T.H., 2006, Development of Small Medium Enterprises in Indonesia from the Asia Pacific Perspective, LPFE Usakti, Jakarta.

Tambunan, T.T.H., 2004, Globalisasi dan Perdagangan Internasional, Cetakan I, Ghalia Indonesia, Jakarta.

Tjiptono, Fandy. 2005. Pemasaran Jasa. Edisi Pertama. Malang : Bayumedia.

Umar, H. 2008. Manajemen Strategi in Action. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

World Economic Forum, 2010, The Global Competitiveness Report 2010-2011, World Economic Forum, Geneva.

World Economic Forum, 2009, The Global Competitiveness Report 2009-2010, World Economic Forum, Geneva.

Zimmer, Thomas W, dan Scarborough, Norman M. 2002, Pengantar Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil, Prehalindo : Jakarta.