

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DI
ERA PEMASARAN MODERN (STUDI PADA SUMBER AGUNG
FASHION KABUPATEN TULUNGAGUNG)**

SKRIPSI



Oleh :

YANI MAILA SANTI
NPM. 20042010188

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN
STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DI
ERA PEMASARAN MODERN (STUDI PADA SUMBER AGUNG
FASHION KABUPATEN TULUNGAGUNG)

Disusun Oleh :

YANI MAILA SANTI
NPM. 20042010188

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Lisan Skripsi

Menyetujui,


PEMBIMBING


Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si
NIP. 198604172020122007

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DI
ERA PEMASARAN MODERN (STUDI PADA SUMBER AGUNG FASHION
KABUPATEN TULUNGAGUNG)

Disusun Oleh :

YANI MAILA SANTI
NPM. 20042010188

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 12 Juli 2024

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA



Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si
NIP. 198604172020122007

TIM PENGUJI

1. Ketua



Dr. Drs Nurhadi, M.Si
NIP. 196902011994031001

2. Sekretaris



Dr. Jolok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si
NIP. 196805011994032001

3. Anggota



Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si
NIP. 198604172020122007

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yani Maila Santi
NIM : 20042010188
Fakultas /Program Studi : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Era Pemasaran Modern (Studi Pada Sumber Agung Fashion Tulungagung)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 13 Juli 2024

Yang Menyatakan



(Yani Maila Santi)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga Proposal Tugas Akhir yang berjudul **“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Era Pemasaran Modern (Studi pada Sumber Agung Fashion Kabupaten Tulungagung)”** dapat di selesaikan dengan baik. Adapun maksud penulisan proposal tugas akhir ini adalah sebagai gambaran terhadap apa yang akan penulis lakukan pada saat melakukan penelitian. Selain itu, proposal ini juga menjadi salah satu syarat agar dapat melanjutkan ke penelitian dan lulus dari program studi Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada Ibu Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si, selaku dosen pembimbing penulis yang selalu meluangkan waktu serta memberikan masukan yang sangat berharga untuk penulis, dan ucapan terimakasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa karena berkat karunianya penulis dapat menjalankan dan menyelesaikan program magang ini hingga selesai.
2. Kedua orang tua penulis dan saudara penulis yang selalu mendukung dan mendoakan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan magang dengan baik.
3. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jawa Timur.
4. Bapak Drs. Acep Samsudin, S.Sos., M.M. M.A, selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis UPN Veteran Jawa Timur.
5. Sahabat penulis yang selalu memberikan dukungan, semangat, serta waktunya.
6. Keluarga Besar Ikatan Mahasiswa Minang (IMAMI) Surabaya dan IMAMI UPN Veteran Jawa Timur yang senantiasa memberikan dukungan dan semangatnya kepada penulis.

7. Seluruh teman-teman Administrasi Bisnis Angkatan 2020 UPN Veteran Jawa Timur yang tak bisa sebutkan satu persatu.

Surabaya, 29 April 2024

Penulis

Yani Maila Santi

20042010188

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 Strategi	14
2.2.2 Pemasaran	18
2.2.3 Bauran Pemasaran.....	32
2.2.4 Analisis SWOT	34
2.3 Kerangka Berpikir	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1 Jenis Penelitian.....	39
3.2 Batasan Masalah Penelitian.....	40
3.3 Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian.....	41
3.4 Informan Penelitian.....	42
3.5 Teknik Pengambilan Data.....	42
3.6 Teknik Analisis Data.....	43
3.7 Analisis SWOT	44
3.7.1 Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary).....	44

3.7.2	Matrik EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)	46
3.7.3	Matrik SWOT	48
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.1	Sejarah Singkat.....	51
4.1.2	Struktur Perusahaan	52
4.2	Hasil dan Pembahasan.....	53
4.2.1	Hasil	53
4.2.2	Analisis SWOT	59
4.3	Pembahasan.....	70
4.3.1	Penjelasan Hasil Analisis SWOT.....	70
4.3.2	Formula Startegi.....	71
4.3.3	Perbandingan Hasil Penelitan Sumber Agung Fashion dengan Penelitian Terdahulu	72
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1	Kesmpulan.....	77
5.2	Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....		80
LAMPIRAN.....		83
Lampiran I	Daftar Pertanyaan Wawancara (Pedoman Wawancara).....	83
Lampiran 2	Hasil Wawancara Dengan Narasumber	85
Lampiran 3	Dokumentasi Wawancara dan Produk Sumber Agung Fashion.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	46
Tabel 3.2 Faktor Strategi Eksternal (IFAS)	46
Tabel 3.3 Faktor Strategi Eksternal (EFAS)	48
Tabel 3.4 Matrik SWOT	49
Tabel 4.1 Identitas Informan Penelitian	57
Tabel 4.2 Hasil IFAS	61
Tabel 4.3 Hasil EFAS	63
Tabel 4.4 Total Skor Faktor Strategis Internal dan Eksternal	65
Tabel 4.5 Rumusan Matrik SWOT	68
Tabel 4.6 Perencanaan Kombinasi Strategi SWOT	68
Tabel 4.7 Rumusan Strategi	69
Tabel 4.8 Perbandingan Hasil Penelitian Terdahulu.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	37
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Sumber Agung Fashion.....	52
Gambar 4.2 Diagram Matrik SWOT.....	67

ABSTRAK

YANI MAILA SANTI, 20042010188, Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Era Pemasaran Modern (Studi Pada Sumber Agung Fashion Kabupaten Tulungagung)

Penelitian ini menyoroti pada strategi pemasaran yang digunakan oleh Sumber Agung Fashion dalam mempertahankan dan meningkatkan daya saingnya di era pemasaran modern. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang digunakan oleh Sumber Agung Fashion serta untuk mengetahui apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, ataupun ancaman bagi Sumber Agung Fashion Kabupaten Tulungagung. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik analisis SWOT. Berdasarkan hasil analisis SWOT yang telah dilakukan, Sumber Agung Fashion memiliki skor kekuatan 2,36, kelemahan 0,74, peluang 1,58 dan ancaman 1,18, dengan begitu menunjukkan bahwa Sumber Agung Fashion berada pada posisi Kuadran I yang mendukung strategi agresif. Selain itu, pada matrik SWOT dapat dilihat bahwa strategi yang tepat digunakan oleh Sumber Agung Fashion Kabupaten Tulungagung agar dapat bersaing di era pemasaran modern ini adalah dengan menggunakan strategi SO, diantaranya dengan mempertahankan kualitas produk serta pelayanan kepada konsumen Sumber Agung Fashion, menjaga hubungan baik dengan konsumen, dan memperluas target pasar ke kota-kota lain serta menggunakan teknologi (*e-commerce*) sebagai media pemasaran produk.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Daya Saing, Analisis SWOT

ABSTRACT

YANI MAILA SANTI, 20042010188, Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Era Pemasaran Modern (Studi Pada Sumber Agung Fashion Kabupaten Tulungagung)

This research highlights the marketing strategies used by Sumber Agung Fashion in maintaining and improving its competitiveness in the modern marketing era. The purpose of this study is to find out how the marketing strategy used by Sumber Agung Fashion and to find out what are the strengths, weaknesses, opportunities, or threats to Sumber Agung Fashion Tulungagung Regency. The research method used in this study is qualitative descriptive using SWOT analysis techniques. Based on the results of the SWOT analysis that has been conducted, Sumber Agung Fashion has a strength score of 2.36, weakness of 0.74, chance of 1.58 and threat of 1.18, thus showing that Sumber Agung Fashion is in the position of Quadrant I which supports aggressive strategies. In addition, in the SWOT matrix, it can be seen that the right strategy used by Sumber Agung Fashion Tulungagung Regency in order to compete in this modern marketing era is to use the SO strategy, including by maintaining product quality and service to Sumber Agung Fashion consumers, maintaining good relations with consumers, and expanding the target market to other cities and using technology (e-commerce) as a product marketing.

Keywords : Marketing Strategy, Competitiveness, SWOT Analysis