

ANALISIS SWOT DAN STP (*SEGMENTATION, TARGETING, POSITIONING*) UNTUK MENERAPKAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM - MIE BERGAYA

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta



Disusun Oleh:

RESTU ADINUGRAHA

202304064

PRODI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

2024

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

ANALISIS SWOT DAN STP (*SEGMENTATION, TARGETING, POSITIONING*) UNTUK MENERAPKAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM - MIE BERGAYA

Diajukan oleh:

RESTU ADINUGRAHA

NPM. 202304064

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji dan dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen (S-1) Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

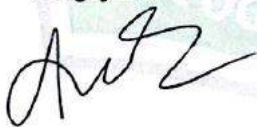
Hari / Tanggal : Senin, 22 Juli 2024

Pembimbing



Krisna Mutiara Wati, S.E., M.Sc
NIDN. 0519029002

Penguji 1,



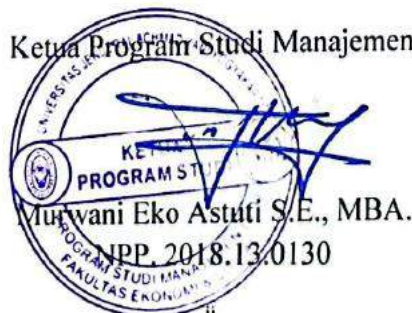
Ari Okta Viyani S.E., M.Sc.
NIDN. 0501109701

Penguji 2,



Murwani Eko Astuti S.E., MBA.
NIDN. 0506098101

Ketua Program Studi Manajemen,



HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, adalah Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

Nama : Restu Adinugraha

NPM : 202304064

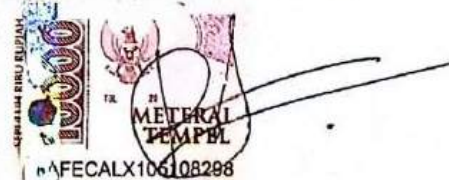
Program Studi : Manajemen (S-1)

Judul Skripsi : Analisis SWOT dan STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*)
Untuk Menerapkan Strategi Pemasaran Digital Pada UMKM - Mie Bergaya.

Menyatakan bahwa hasil penelitian dengan judul tersebut di atas adalah asli karya saya sendiri dan bukan hasil *plagiarisme*. Semua referensi dan sumber terkait yang dikutip dalam karya ini telah ditulis sesuai kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Dengan ini, saya menyatakan untuk menyerahkan hak cipta penelitian kepada Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta guna kepentingan ilmiah.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak mana pun. Apabila terdapat kekeliruan atau ditemukan adanya konsekuensi yang berlaku sesuai ketentuan akademik.

Yogyakarta, 08 Januari 2023



Restu Adinugraha

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Analisis SWOT Dan STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*) Untuk Menerapkan Strategi Pemasaran Digital Pada UMKM - Mie Bergaya”.

Skripsi ini dapat diselesaikan atas bimbingan, arahan, dan bantuan berbagai pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu. Pada kesempatan ini saya sebagai penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, kepada:

1. Prof. Dr. rer. nat. apt. Triana Hertiani, S Si., M. Si., Rektor Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.
2. Edy Tri Cahyono, S.Si., M.M., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.
3. Murwani Eko Astuti, S.E., MBA., Selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.
4. Krisna Mutiarawati S. E., M. Sc., Selaku Dosen Pembimbing, terima kasih karena telah meluangkan waktu, tenaga dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.
6. Segenap Staf Administrasi dan Staf Perpustakaan Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.
7. Ibu-Ibu PKK Kelurahan Sumber Wungu, Kecamatan Tepus, Kabupaten Gunung Kidul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang telah bersedia berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Orang tua tercinta Bapak Yasril dan Ibu Lini serta kakak Regina Octaviani S. Pd dan adik Rizki Ramadhan, terimakasih atas

motivasi, dukungan, dan do'anya sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini.

9. Terima kasih kepada wanita tercantik, salah satu mahasiswa akuntansi angkatan 2021 Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta dengan NPM. 212301019 yang telah memberikan waktunya untuk membantu saya menyelesaikan skripsi ini.
10. Syah Ammar Brawijaya Siraj, Pramadhana Syah Putra, Nanda Dwi Budiarti dan Diana Dwi Kurniawati serta teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2020 terimakasih yang telah memberikan semangat, dukungan, dan motivasi dari kalian sehingga peneliti banyak belajar tentang arti kesederhanaan, kebersamaan dan rasa indahnya berbagi.
11. Dan semua pihak yang telah membantu saya dan tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kebaikan kepada semuanya, sebagai imbalan atas segala kebaikan yang telah dilakukan kepada saya. Akhirnya besar harapan saya, semoga skripsi ini dapat berguna bagi banyak orang.

Yogyakarta, 08 Januari 2024

Peneliti,

Restu Adinugraha

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
INTISARI.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan masalah.....	5
C. Tujuan penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Penelitian Terdahulu	8
B. Landasan Teori.....	12
1. Analisis SWOT.....	12
2. Analisis STP	17
3. Strategi Pemasaran Digital	22
C. Landasan Konseptual	26
1. Analisis SWOT.....	26
2. Analisis STP	26
3. Strategi Pemasaran Digital	27
D. Kerangka Berpikir.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
A. Desain Penelitian.....	28
B. Subjek Penelitian.....	28

C. Metode Pengumpulan Data	29
1. Data Primer.....	29
2. Data Sekunder	30
D. Kriteria Keabsahan Data	30
E. Teknik Analisis Data.....	31
1. Pengumpulan Data	31
2. Reduksi Data	32
3. Penyajian Data.....	32
4. Kesimpulan.....	33
F. Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
A. Deskripsi Data	35
1. Sejarah Singkat UMKM Mie Bergaya	35
2. Visi dan misi UMKM Mie Bergaya	36
3. Struktur Organisasi UMKM Mie Bergaya	37
4. Deskripsi Informan Penelitian.....	38
B. Analisis Data	39
1. Analisis SWOT.....	39
2. Analisis STP	56
C. Pembahasan.....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 2.2 Matriks IFAS, EFAS	16
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	33
Tabel 4.1 Deskripsi informan penelitian	39
Tabel 4.2 Skema SWOT UMKM Mie Bergaya	46
Tabel 4.3 <i>Internal Factor Analysis Summary</i> (IFAS) Matriks	51
Tabel 4.4 <i>Eksternal factor Analysis Summary</i> (EFAS) Matriks	54
Tabel 4.5 Segmentasi UMKM Mie Bergaya	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	27
Gambar 3.1 Teknik Analisis Data Miles dan Huberman	31
Gambar 4.1 Produk UMKM Mie Bergaya.....	36
Gambar 4.2 Struktur kepengurusan UMKM Mie bergaya	38
Gambar 4.3 Diagram analisis SWOT	55

PERPUSTAKAAN
JENDERAL ACHMAD YANI
UNIVERSITAS JENDRAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian	86
Lampiran 2 Instrumen Penelitian (Daftar Pertanyaan Wawancara)	88
Lampiran 3 Hasil Wawancara	92
Lampiran 4 Sampel Penelitian	117
Lampiran 5 Dokumentasi	119
Lampiran 6 Lembar Bimbingan	122
Lampiran 7 Hasil Cek Plagiarisme	124