

**ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PEMASARAN UMKM KULPI
YUMMY KALIGENDING, KARANGSAMBUNG, KEBUMEN**



SKRIPSI

Oleh

IRVAN FARDANI

1821147

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NAHDLATUL ULAMA KEBUMEN
2022**



**INSTITUT AGAMA ISLAM NAHDLATUL ULAMA KEBUMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor: 3532 Tahun 2013
Jl. TentaraPelajarno. 55B Telp.(0278) 385902 Kebumen 54312
Website: www.iainukebumen.ac.id Email :info@iainukebumen.ac.id

NOTA DINAS

Hal: **Skripsi**

Kepada,

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAINU Kebumen

c/q Biro Skripsi

Di Tempat

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen No In.11/X.10/IAINU/F.IV/II/014/2022 tertanggal 07 Februari 2022 tentang Judul dan Pembimbing Skripsi Tahun Akademik 2020/2021. Sebagai Pembimbing Skripsi Saudara:

Nama : Irvan Fardani
NIM : 1921147
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2021/2022
Judul Skripsi : Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Umkm Kulpi Yummi Kaligending, Karangsambung, Kebumen

Maka setelah kami teliti dan diadakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami anggap Skripsi tersebut sebagai hasil penelitian/ kajian mendalam telah memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasah IAINU Kebumen. Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dimunaqasahkan, dan bersama ini kami kirimkan 3 (tiga) eksampler skripsi dimaksud.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Kebumen ...31... Agustus.... 2022

Pembimbing I

Umi Arifah, S. Pd.I., M.M.
NIDN. 2114088703

Pembimbing II

Muhamad Faiz Arrafi, S.E., M.E.
NIDN. 2124059401

SKRIPSI

ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PEMASARAN UMKM KULPI
YUMMY KALIGENDING, KARANGSAMBUNG, KEBUMEN


Oleh:
Irvan Fardani
1821147

Telah dimunaqosahkan di depan sidang penguji
pada tanggal 31 Agustus 2022
dan telah dinyatakan memenuhi syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 Ekonomi Syariah pada tanggal 31 Agustus 2022

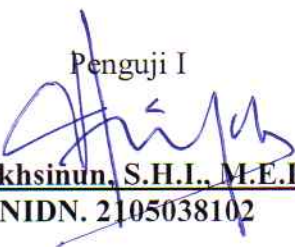
Pembimbing I


Umi Arifah, M.M.
NIDN. 2114088703

Pembimbing II


Muhamad Fajz Arrafi, S.E., M.E.
NIDN. 2124059401


Penguji I


Mukhsinun, S.H.I., M.E.I.
NIDN. 2105038102


Penguji II


Nur Imam Hakim Al-Faqih, M.E.K.
NIDN. 2108028901

Ketua Sidang

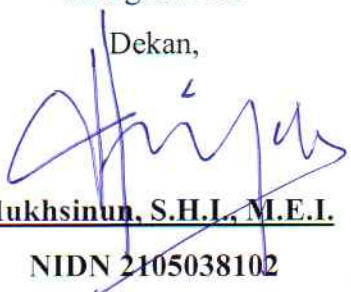

Mukhsinun, S.H.I., M.E.I.
NIDN. 2105038102

Sekretaris


H. Munir Achyar, M.Si.
NIDN. 0630056301

Mengesahkan

Dekan,


Mukhsinun, S.H.I., M.E.I.
NIDN 2105038102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Irvan Fradani

NIM : 1821147

Judul Skripsi : ANALILIS SWOT.DALAM STRATEGI PEMASARAN
UMKM KULPI YUMMY KALIGENDING,
KARANGSAMBUNG, KEBUMEN.

Dengan ini saya menyampaikan bahwa naskah Skripsi ini benar-benar hasil penelitian/pengkajian mendalam terhadap suatu pokok masalah yang dilakukan secara mandiri di bawah bimbingan Dosen Pembimbing dan berdasarkan Metodologi Karya Ilmiah yang berlaku di IAINU Kebumen. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka.

Jika dalam perjalanan waktu terbukti Skripsi karya saya tidak sesuai dengan pernyataan ini, saya bersedia menanggung segala resiko, termasuk pencabutan gelar kesarjanaan yang saya sandang.

Kebumen, 29.09.2022



Irvan Fardani

MOTTO

“Jadilah kaya, karna ketika kaya, kamu akan lebih mudah jadi orang baik. Jadilah pintar, karna ketika pintar, kamu akan lebih mudah jadi orang yang bermanfaat”¹

¹Nadin Amizah. *Podcast Dedy Corbuzier* . diakses pada tanggal 19 Juni 2022 pukul 10.20 WIB

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri yang telah berusaha keras untuk membuktikan bahwa konsep “Usaha tidak akan mengkhianati hasil” dalam kehidupan ini ternyata benar adanya.

Kepada Ayah dan Bunda tercinta, yang selalu memberikan doa dan dukungan serta telah percaya pada apa yang menjadi keputusan saya.

Untuk almamaterku IAINU Kebumen serta Guru dan Dosen yang telah memberikan banyak pelajaran berharga sehingga skripsi ini bisa terselesaikan sesuai waktu yang ditargetkan.

UMKM Kulpi Yummy Karangsembung, Kebumen, yang telah berkenan membantu dan meluangkan waktunya untuk penulis dapat melakukan proses penelitian hingga selesai.

Guru dan Teman teman PP Al Kahfi Somalangu yang telah membantu dan memberikan masukan dalam proses penyelesaian skripsi ini

ABSTRAK

Irvan Fardani. 1921147. Analilis SWOT Dalam Strategi Pemasaran UMKM Kulpi Yummy Kaligending, Karangsembung, Kebumen. Tujuan dari penelitian ini yaitu: (1) Untuk mengetahui Strategi Pemasaran UMKM Kulpi Yummy Kaligending, Karangsembung, Kebumen; (2) Untuk melakukan Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran UMKM Kulpi Yummy Kaligending, Karangsembung, Kebumen. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis SWOT dan metode analisis deskriptif menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara dan observasi langsung pada pemilik dan karyawan perusahaan serta pembeli dari produk UMKM Kulpi Yummy. Terdapat juga tambahan data pendukung dari beberapa buku bacaan serta sumber lain yang masih ada hubungannya dengan judul penelitian. Data yang diperoleh dari hasil pengumpulan data kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian yang ditunjukkan diagram cartesius yaitu perusahaan berada pada kuadran I, yang berarti agresif dengan penerapan strategi *Growth Oriented Strategy*. Kondisi ini merupakan kondisi yang sangat menguntungkan bagi perusahaan. Dimana perusahaan memiliki kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.

Kata kunci: **Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, UMKM**

ABSTRACT

Irvan Fardani. 1921147. Swot Analysis in the Marketing Strategy of MSMEs Kulpi Yummy Kaligending, Karangasambung, Kebumen. The objectives of this study are: (1) To determine the Marketing Strategy of MSMEs Kulpi Yummy Kaligending, Karangasambung, Kebumen; (2) To perform a SWOT analysis in the Marketing Strategy of MSMEs Kulpi Yummy Kaligending, Karangasambung, Kebumen. The research method used in this research is SWOT analysis and descriptive analysis method using a qualitative research approach. Data collection techniques were carried out by conducting interviews and direct observations on company owners and employees as well as buyers of Kulpi Yummy MSME products. There are also additional supporting data from several reading books and other sources that are still related to the research title. The data obtained from the data collection results were then analyzed using SWOT analysis. The results of the research shown by the Cartesian diagram are that the company is in quadrant I, which means that it is aggressive with the implementation of the Growth Oriented Strategy. This condition is a very favorable condition for the company. Where the company has the power so that it can take advantage of existing opportunities.

Keywords: *SWOT Analysis, Marketing Strategy, MSME*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Adapun judul skripsi yang penulis ajukan adalah “Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran UMKM Kulpi Yummy Kaligending, Karangsembung, Kebumen”. shalawat dan salam tercurahkan kepada junjungan kita nabi agung Muhammad SAW yang kita nantikan syafa'atnya di *yaumul qiyamah*.

Skripsi ini penulis ajukan untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah Skripsi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAINU Kebumen. penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak dapat terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Fikria Najitama, M.S.I selaku Rektor IAINU Kebumen
2. Beny Kurniawan, M.Pd.I selaku Wakil Rektor I IAINU Kebumen
3. Faisol, S.Ag. M.Ag selaku Wakil Rektor II IAINU Kebumen
4. Mukhsinun, S.H.I, M.E.I., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAINU Kebumen
5. Munir Achyar, M.A.Ag, selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAINU Kebumen
6. Umi Arifah, M.M. dan Muhamad Faiz Arrafi,S.E..M.E. selaku Dosen Pembimbing I dan II yang telah meluangkan waktu dan membantu untuk penyelesaian skripsi ini.

7. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAINU Kebumen yang sudah membekali ilmu pengetahuan.
8. Staf dan karyawan IAINU Kebumen yang telah senantiasa memberikan bantuan dalam pengadaan referensi.
9. Kedua orang tua saya yang senantiasa mendoakan dan memotivasi untuk menyelesaikan skripsi.
10. Afinatun Najah selaku pemilik dan karyawan UMKM Kulpi Yummy Kaligending, Karangsembung, Kebumen yang telah meluangkan waktu untuk kami melakukan proses penelitian.
11. Teman-teman ES IAINU Kebumen yang telah memberikan pengalaman dan suasana baru disetiap pembelajaran.
12. Guru dan teman-teman Ponpes Al Kahfi Somalangu yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir perkuliahan
13. Anime Naruto, One Piece, serta film Peaky Blinders dan Money Heist yang telah menjadi hiburan dan memberi memotivasi dalam perjalanan menuntut bekal untuk masa depan.

Kepada semua pihak tersebut, penulis mengucapkan terimakasih dan semoga amal kebaikan dibalas dengan pahala yang melimpah dari Allah SWT.

Aamiin.

Kebumen,..... 2022

Irvan Fardani

1821147

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....i

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pembatasan Masalah	8
C. Perumusan Masalah	8
D. Penegasan Istilah.....	8
E. Tujuan Penelitian	9
F. Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN TEORITIS	
A. Landasan Teori.....	20
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	56
C. Fokus Penelitian	61
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian	62
B. Desain Penelitian.....	63

C. Subjek Penelitian.....	64
D. Teknik Pengumpulan Data.....	65
E. Teknik Analisis Data.....	67

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum UMKM Kulpi Yummy, Kaligending, Kebumen ..	70
1. Sejarah UMKM Kulpi Yummy, Kaligending, Kebumen	70
2. Visi dan misi UMKM Kulpi Yummy, Kebumen.....	71
3. Struktur organisasi UMKM Kulpi Yummy, Kebumen.....	72
B. Strategi Pemasaran UMKM Kulpi Yummy Kaligending, Karangsambung, Kebumen	74
C. Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran UMKM Kulpi Yummy Kaligending, Karangsambung, Kebumen	76

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	94
B. Saran-saran.....	98
C. Kata penutup	99

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. jumlah UMKM Provinsi Jawa Tengah.....	2
Tabel 2. Analisis SWOT pada UMKM Kulpi Yummy.....	77
Table 3. Matriks IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>).....	79
Tabel 4. Matriks EFAS (<i>eksternal factor analysis summary</i>).....	81
Tabel 5. Matrik SWOT	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Matrik Analisis SWOT.....	45
Gambar 2. Diagram Analisis SWOT.....	47
Gambar 3. struktur organisasi UMKM Cemilan KulpiYummy.....	71
Gambar 4. Diagram Cartesius Analisis SWOT UMKM Kulpi Yummy.....	83