

ABSTRAK

Vio Putra Ramadhan (17120012) : Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Kasus: UMKM Roman Indah), dibawah Bimbingan Bapak Heru Aulia Azman, S.Sos., MM, Ph.D

Penelitian ini bertujuan mengetahui (1) penerapan strategi pemasaran dalam upaya peningkatan daya saing UMKM Roman Indah. (2) pengembangan strategi pemasaran dalam upaya peningkatan daya saing UMKM Roman Indah. (3) kekuatan, kelemahan, peluang dan hambatan yang dimiliki UMKM Roman Indah.

Dalam jenis penelitian ini digunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian ini merupakan suatu pengolahan data yang bersifat uraian, argumentasi, dan paparan dengan memperhatikan segala aspek yang mampu menggambarkan suatu keadaan secara nyata mampu memberikan informasi yang dibutuhkan. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan cara menggunakan metode *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel secara sengaja, yaitu orang yang terlibat dalam pengelolaan industri UMKM ROMAN INDAH digunakan sebagai sampel dan dipandang orang yang tersebut cocok sebagai sumber data yaitu Pimpinan UMKM Roman Indah, Pemilik UMKM Roman Indah dan karyawan UMKM Roman Indah. Alat analisis yang di gunakan analisis Matrik SWOT

Dari hasil penelitian ini menjelaskan (1) peluang (*opportunities*) senilai 1,52 dan nilai ancaman (*therats*) senilai 1,11 sehingga dapat disimpulkan bahwa UMKM Roman Indah memiliki peluang (*opportunities*) yang lebih besar senilai (positif) = 0,42 dari ancaman (*therats*), (2) memiliki kekuatan (*strengths*) senilai 1,61 dan nilai kelemahan (*weaknesses*) senilai 0,96 sehingga dapat disimpulkan bahwa UMKM Roman Indah memiliki nilai kekuatan (*strengths*) yang lebih besar (positif) senilai 0,65 dari kelemahan (*weaknesses*).

Adapun hasil penelitian, agar pemerintahan Provinsi Sumatera Barat dapat memberikan sosialisasi terhadap UMKM dalam pengetahuan untuk pengembangan usaha dalam meningkatkan daya saing dan menjadi bahan pertimbangan pemerintahan dalam merumuskan suatu kebijakan yang berhubungan dengan UMKM dan sebagainya

Kata Kunci : Analisis Strategi, UMKM Roman Indah, Matrik SWOT.

ABSTRACT

Vio Putra Ramadhan (17120012) : Analysis of Marketing Strategy in Efforts to Increase the Competitiveness of UMKM (Case Study: UMKM Roman Indah), under the guidance of Mr. Heru Aulia Azman, S.Sos., MM, Ph.D

This study aims to determine (1) the application of marketing strategies in an effort to increase the competitiveness of UMKM Roman Indah. (2) development of marketing strategies in an effort to increase the competitiveness of UMKM Roman Indah. (3) the strengths, weaknesses, opportunities and obstacles of the UMKM Roman Indah. In this type of research, qualitative research is used. This research is a data management that is descriptive, argumentative, and explanatory by paying attention to all aspects that are able to describe a situation that is actually able to provide the information needed. The sampling method was carried out by using the purposive sampling method, which is a deliberate sampling technique, namely people who are involved in the management of the UMKM ROMAN INDAH industry are used as samples and are deemed suitable as data sources, namely the MSME Leader Roman Indah, Owner UMKM Roman Indah and employees UMKM Roman Indah. The analytical tool used is analysis Matrik SWOT.

From the results of this study explain (1) opportunities (opportunities) worth 1.52 and threat values (therats) worth 1.11 so it can be concluded that MSME Roman Indah has greater opportunities (opportunities) worth (positive) = 0.42 than threats (therats), (2) have strengths (strengths) of 1.61 and values of weaknesses (weaknesses) of 0.96 so that it can be concluded that MSME Roman Indah has a value of strength (strengths) greater (positive) of 0.65 from weaknesses.

As for the results of the study, so that the West Sumatra Provincial government can provide socialization to MSMEs in knowledge to increase competitiveness and government considerations in formulating a policy related to MSMEs and so on.

Keywords: Strategy Analysis, UMKM Roman Indah, SWOT Matrix.