

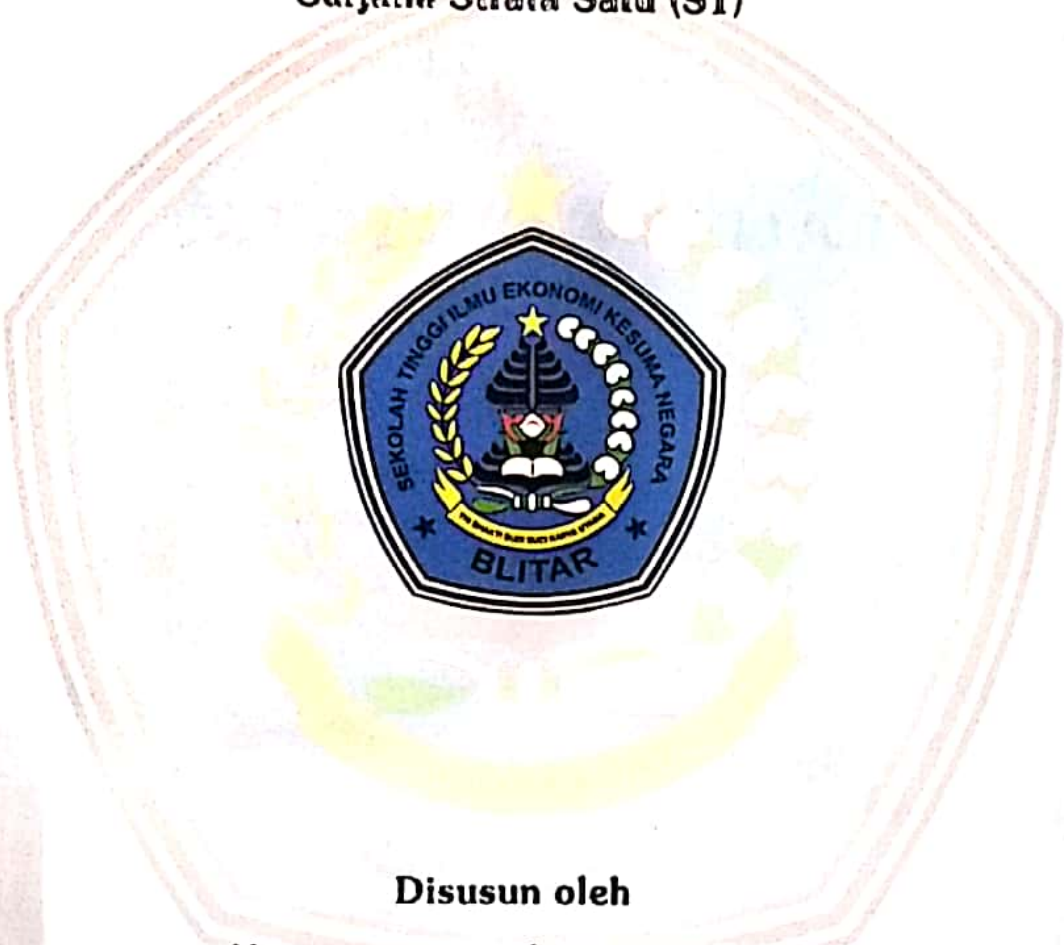


30 JUN 2016  
Kantor: ...  
Amir: ...  
...  
...

**STRATEGI PEMASARAN YANG TEPAT BAGI USAHA  
KECIL GUNA MENGHADAPI PERSAINGAN PASAR**  
**Study Kasus Pada Usaha Kecil Ikan Koi di Kecamatan Sanankulon  
Blitar**

**SKRIPSI**

**Diajukan guna melengkapi sebagian syarat dalam mencapai gelar  
Sarjana Strata Satu (S1)**



**Disusun oleh**

**Nama : SITI EFARIYAH**  
**Nim : 07111014**  
**Jurusan : Manajemen**  
**Pembimbing : Rony Ika Setiawan SE.. MM.**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI "KESUMA NEGARA"  
(STIKEN) BLITAR  
2011**

ku persembahkan  
ini untuk  
keluargaku  
terutama ibuku  
tercinta.....

by  
efa



## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Siti Efariyah  
Nim : 07111014  
Jurusan : Manajemen  
Program Studi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi :

**Strategi Pemasaran Yang Tepat Bagi Usaha Kecil Guna Menghadapi Persaingan Pasar Suld kasus Usaha Kecil Ikan Koi di Kecamatan Sanankulon Kabupaten Blitar.**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya.

Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Blitar, 10 Mei 2011

METRAI  
TEMPEL  
PILIH MERAH  
TOLAK  
EF2BAA0F42752895  
6000 DJP  
SITI EFARIYAH

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini dosen pembimbing dari,

Nama : Siti Efariyah  
Nim : 07111014  
Jurusan : Manajemen  
Program Studi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi :

**Strategi Pemasaran Yang Tepat Bagi Usaha Kecil Guna Menghadapi Persaingan Pasar Study kasus Usaha Kecil Ikan Koi di Kecamatan Sanakulon Kabupaten Blitar.**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini telah melalui proses bimbingan sejak tanggal Januari 2011 sampai dengan Mei 2011 dan memberikan persetujuan atas skripsi ini untuk diuji di depan dewan penguji skripsi.

Demikian, persetujuan ini saya berikan sebagai syarat untuk mengikuti Ujian Komprehensif bagi mahasiswa yang tersebut di atas.

Blitar, 10 Mei 2011

Pembimbing



**RONY IKA SETIAWAN SE., MM.**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

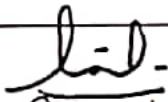


Skripsi dengan judul :  
**Strategi Pemasaran Yang Tepat Bagi Usaha Kecil Guna Menghadapi  
Persaingan Pasar**

Yang disusun oleh :

Nama : Siti Efariyah  
Nim : 07111014  
Jurusan : Manajemen  
Program Studi : Manajemen

Telah diuji dan dinyatakan lulus pada 18 Juni 2011

### SUSUNAN DEWAN PENGUJI

| No | Nama                      | Kedudukan   | Tanda Tangan                                                                         |
|----|---------------------------|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Drs. H.S. Soetrisno, MM   | Penguji I   |   |
| 2. | Aris Sunandes SE., MM     | Penguji II  |  |
| 3. | Rony Ika Setiawan SE., MM | Penguji III |  |

Mengetahui,

Pembimbing,

  
RONY IKA SETIAWAN SE., MM

Ketua Program Studi,

  
ARIS SUNANDES SE.,MM



**PEMERINTAH KABUPATEN BLITAR**  
**DINAS KELAUTAN DAN PERIKANAN**

Jalan Sudanco Supriyadi Nomor 76 Telepon/Faximile (0342) 801473  
**BLITAR**

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 52312/28 /409.114/2011

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ir. A.IRIANTO, MM.  
Nip. : 19611231 199202 1 006  
Pangkat/ Gol. : Pembina Tingkat I (IV/b)  
Jabatan : SEKRETARIS DINAS KELAUTAN DAN PERIKANAN  
KABUPATEN BLITAR

Dengan ini menerangkan bahwa :

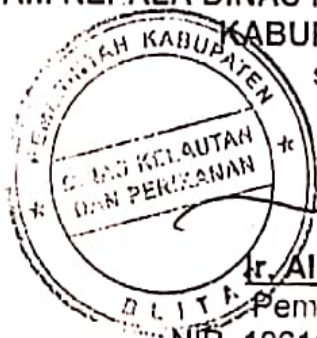
- a. Nama : SITI EFARIYAH
- b. NIRM : 07111014
- c. Program Studi : MAnajemen
- d. Semester : VIII

Telah melaksanakan penelitian dan mencari data di Kelompok Pembudidaya Ikan yang merupakan binaan Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Blitar.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Blitar, 9 Mei 2011

An. KEPALA DINAS KELAUTAN DAN PERIKANAN  
KABUPATEN BLITAR  
sekretaris



Ir. AIRIANTO, MM.

Pembina Tingkat I

NIP. 19611231 199202 1 006

## ABSTRAKSI

### "Strategi Pemasaran Yang Tepat Bagi Usaha Kecil Guna Menghadapi Persaingan Pasar"

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, persaingan pasar

Strategi : 4C-Diamond, STV Triangle, Audit Pemasaran, dan Analisis TWOS

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan. Strategi merupakan suatu rencana keseluruhan dalam memanfaatkan sumber daya untuk memperoleh kedudukan yang menguntungkan serta mencapai tujuan perusahaan. Pemasaran merupakan "nyawa" bagi perusahaan karena pemasaran merupakan alat untuk menciptakan, menginformasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan. Persaingan adalah kondisi dimana perusahaan saling berlomba untuk mendapatkan hal yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar dan lain-lain. Pasar sendiri mempunyai arti sederhana, yang merupakan tempat pertemuan antara pembeli dan penjual sehingga terjadi transaksi.

Analisis 4C-Diamond merupakan suatu alat untuk menganalisis *change, customer, competitor, company* atau sering disebut dengan *competitive setting*. Analisis STV Triangle merupakan sembilan elemen yang saling berhubungan satu sama lainnya. Kesembilan elemen tersebut adalah *Segmentation, Targeting, Positioning, Differentiation, Marketing Mix, Selling, Value* dan *Brand*, yang terbagi dalam tiga komponen yaitu, strategi, taktik, dan *value*. Setelah mengetahui *competitive setting* berupa 4C Diamond dan juga STV Triangle maka selanjutnya adalah bagaimana mensiasi semua perubahan yang terjadi dalam *competitive setting*.

Cara mensiasatinya adalah dengan melakukan audit pemasaran untuk mengetahui seberapa siap perusahaan menghadapi persaingan, dengan CSP dan CAP. CSP terdiri dari tiga factor: *customer demand, competitor, dan change driver*, dan CAP adalah suatu profil yang dibentuk setelah menyelesaikan audit strategi, taktik, dan *value* perusahaan. Menggunakan analisis *gap*, yaitu membandingkan indeks dari dua profil, *Competitive Setting Index (CSI)* dan *Company Alignment Index (CAI)*, sebuah usaha akan mampu mengevaluasi posisinya dibandingkan dengan level kompetitif industri yang menjadi perhatian perusahaan. Tujuan akhir dari *competitive setting* atau audit pemasaran adalah untuk mendapatkan profil lingkungan bisnis yang mempengaruhi perusahaan dan profil faktor-faktor internal yang terdiri dari strategi, taktik, *value*.

Dan untuk penyempurnaannya, digunakan analisis TWOS berupa analisis faktor eksternal usaha kecil dan juga faktor internal usaha kecil, yang akan dalam penyusunan Matriks TWOS sehingga terbentuklah strategi alternatif usaha kecil yang dapat digunakan oleh usaha kecil.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas Rahmat, Hidayah dan InayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis berjudul **Strategi Pemasaran Yang Tepat Bagi Usaha Kecil Guna Menghadapi Persaingan Pasar Study Kasus Usaha Kecil Ikan Koi Di Kecamatan Sanankulon Kabupaten Blitar.**

Adapaun tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada jurusan Manajemen Keuangan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.

Dengan selesainya penyusunan skripsi ini penulis banyak memperoleh bimbingan, dukungan dan masukan yang sangat bermanfaat bagi kesempurnaan tulisan ini, sehingga penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. H.S. Soetrisno, MM., selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara.
2. Bapak Aris Sunandes SE., MM. selaku ketua Jurusan Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara.
3. Bapak Rony Ika Setiawan SE., MM, yang selalu memberikan waktu luangnya untuk membimbing dalam penyusunan skripsi.
4. Dinas Kelautan dan perikanan Kabupaten Blitar, yang telah membantu dalam mendapatkan data penelitian.
5. Kedua orang tua aku yang telah mendukung dari segi biaya dan juga doa
6. Sahabat-sahabat yang telah mendukung dan selalu menyemangati selama mengerjakan skripsi.



Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan segala saran dan kritik yang membangun untuk penyempurnaan selanjutnya. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Blitar, 10 Mei 2011

Penulis

## DAFTAR ISI

|                                   |      |
|-----------------------------------|------|
| Halaman Judul .....               | i    |
| Halaman Persetujuan Skripsi ..... | ii   |
| Halaman Pernyataan Keaslian ..... | iii  |
| Halaman Pengesahan .....          | iv   |
| Halaman Persembahan .....         | v    |
| Abstraksi .....                   | vi   |
| Kata Pengantar .....              | vii  |
| Daftar Isi .....                  | ix   |
| Daftar Tabel .....                | xii  |
| Daftar Gambar .....               | xiii |

### BAB I PENDAHULUAN

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| A. Latar belakang masalah ..... | 1 |
| B. Permasalahan .....           | 5 |
| C. Rumusan Masalah .....        | 6 |
| D. Tujuan Penelitian .....      | 6 |
| E. Kegunaan Penelitian .....    | 7 |

### BAB II LANDASAN TEORI

|                                        |    |
|----------------------------------------|----|
| A. Hasil Penelitian Terdahulu.....     | 8  |
| B. Teori Penelitian .....              | 12 |
| 1. Pengertian Pemasaran .....          | 12 |
| 2. Pengertian Strategi .....           | 13 |
| 3. Pengertian Strategi Pemasaran ..... | 15 |

|                                                                                           |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4. Macam-macam Strategi Pemasaran .....                                                   | 16 |
| a. Analisis 4C-Diamond .....                                                              | 17 |
| b. Strategi STV Triangle .....                                                            | 24 |
| c. Audit Pemasaran .....                                                                  | 32 |
| d. Analisis TWOS .....                                                                    | 35 |
| 5. Pengertian Usaha kecil .....                                                           | 42 |
| 6. Pengertian Pasar .....                                                                 | 46 |
| 7. Level Definisi Pasar .....                                                             | 47 |
| 8. Pengertian Persaingan .....                                                            | 48 |
| 9. Hubungan Antara Strategi Pemasaran<br>Bagi Usaha kecil Terhadap Persaingan Pasar ..... | 49 |

### **BAB III METODE PENELITIAN**

|                                        |    |
|----------------------------------------|----|
| A. Definisi Operasional Variabel ..... | 52 |
| B. Populasi dan Sampel .....           | 53 |
| C. Jenis Penelitian .....              | 54 |
| D. Metode Pengumpulan Data .....       | 55 |
| E. Teknik Analisis Data .....          | 56 |
| F. Waktu Penelitian .....              | 60 |

### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

|                                         |    |
|-----------------------------------------|----|
| A. Analisis .....                       | 61 |
| 1. Analisis Eksternal Usaha Kecil ..... | 61 |
| 2. Analisis Internal Usaha Kecil .....  | 65 |
| 3. Analisis 4C-Diamond .....            | 70 |

|                                                        |           |
|--------------------------------------------------------|-----------|
| 4. <i>STV Triangle</i> .....                           | 73        |
| <b>B. Pembahasan</b> .....                             | <b>78</b> |
| 1. <b>Audit Pemasaran</b> .....                        | <b>78</b> |
| a. <i>Competitive Setting Profile</i> .....            | 78        |
| b. <i>Competitive Alignment Profile</i> .....          | 82        |
| c. <b>Perumusan Strategi Audit pemasaran</b> .....     | 87        |
| 2. <b>Analisis TWOS</b> .....                          | <b>89</b> |
| 1. <b>Matriks Evaluasi Faktor Eksternal</b> .....      | 89        |
| 2. <b>Matriks Evaluasi faktor Internal</b> .....       | 90        |
| 3. <b>Analisis TWOS</b> .....                          | 92        |
| 4. <b>Matriks TWOS</b> .....                           | 93        |
| 5. <b>Perumusan Strategi</b> .....                     | 95        |
| 6. <b>Strategi bagi usaha kecil</b> .....              | 96        |
| 7. <b>Strategi yang efektif bagi usaha kecil</b> ..... | 96        |
| <br><b>BAB V    PENUTUP</b>                            |           |
| A. <b>Kesimpulan</b> .....                             | 98        |
| B. <b>Saran</b> .....                                  | 99        |
| <br>Daftar pustaka .....                               | 100       |
| Lampiran .....                                         | 101       |

## DAFTAR TABEL

|            |                                                     | <b>Halaman</b> |
|------------|-----------------------------------------------------|----------------|
| Tabel 2.1  | Matriks Evaluasi Faktor Eksternal                   | 38             |
| Tabel 2.2  | Matriks Evaluasi Faktor Internal                    | 40             |
| Tabel 2.3  | Matriks TWOS                                        | 42             |
| Tabel 4.1  | <i>Conceptual Framework STV Triangle</i>            | 74             |
| Tabel 4.2  | CSP dari usaha kecil                                | 80             |
| Tabel 4.3  | CSP rata-rata dari usaha kecil                      | 81             |
| Tabel 4.4  | <i>CAP (Competitif Alignment Profile)</i>           | 83             |
| Tabel 4.5  | CAP rata-rata usaha kecil Ikan Koi                  | 86             |
| Tabel 4.6  | Strategi Untuk menghadapi persaingan pasar Ikan Koi | 88             |
| Tabel 4.7  | Matriks Evaluasi Eksternal                          | 90             |
| Table 4.8. | Matriks Evaluasi faktor Internal                    | 91             |
| Tabel 4.9. | Matriks TWOS                                        | 94             |

## DAFTAR GAMBAR

|                                       | <b>Halaman</b> |
|---------------------------------------|----------------|
| Gambar 2.1 Strategi 4C <i>Diamond</i> | 18             |
| Gambar 4.1 Analisis TWOS              | 92             |



**PEMERINTAH KABUPATEN BLITAR**  
**DINAS KELAUTAN DAN PERIKANAN**

Jalan Sudanco Supriyadi Nomor 76 Telepon/Faximile (0342) 801473  
**BLITAR**

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 5231278/1409.114/2011

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ir. A.IRIANTO, MM.  
Nip. : 19611231 199202 1 006  
Pangkat/ Gol. : Pembina Tingkat I (IV/b)  
Jabatan : SEKRETARIS DINAS KELAUTAN DAN PERIKANAN  
KABUPATEN BLITAR

Dengan ini menerangkan bahwa :

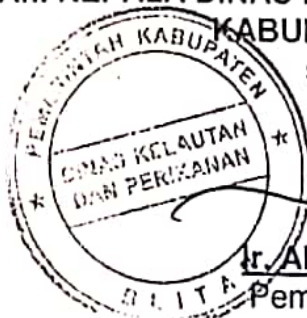
- a. Nama : SITI EFARIYAH
- b. NIRM : 07111014
- c. Program Studi : MANajemen
- d. Semester : VIII

Telah melaksanakan penelitian dan mencari data di Kelompok Pembudidaya Ikan yang merupakan binaan Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Blitar.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Blitar, 9 Mei 2011

An. KEPALA DINAS KELAUTAN DAN PERIKANAN  
KABUPATEN BLITAR  
sekretaris



Ir. AIRIANTO, MM.

Pembina Tingkat I

NIP. 19611231 199202 1 006