



**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA
SAING PADA SIOMAY DAN BATAGOR SI BOSS
SEMARANG**

Skripsi

**Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan
Pendidikan Strata 1
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun:

Dita Dwi Prihartanti

14020215120051

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2020

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH
(SKRIPSI)

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dita Dwi Prihartanti

NIM : 14020215120051

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen : Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

**Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing pada Siomay dan
Batagor Si Boss Semarang**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, Maret 2020

Pembuat Pernyataan,

Dita Dwi Prihartanti

NIM. 14020215120051

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing pada Siomay dan Batagor Si Boss Semarang**

Nama Penyusun : Dita Dwi Prihartanti

NIM : 14020215120051

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1.

Semarang, 30 Juni 2020

Wakil Dekan I



Dr. Hardi Warsono, M.T.P

NIP.19640827.199001.1.001

Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin

NIP. 19690822.199403.1.003

Dosen Pembimbing :

1. Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati, MS

Dosen Penguji :

1. Drs. Handojo Djoko, W, M.Si

2. Dra. Apriatni Endang P, M.Si

3. Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati, MS

MOTTO

“Hakuna Matata” – The Lion King

PERSEMBAHAN

- Allah SWT yang tak henti-hentinya memberikan kesehatan, perlindungan dan kenikmatan sehingga penelitian ini dapat selesai sesuai dengan harapan.
- Orang tua tercinta, Alm. Edhy Haryanto dan Ibu Donik Priyuniastuti yang senantiasa mendukung kesuksesan anaknya. Kakak saya Dito Pratomo Putro yang mendukung pembuatan skripsi saya.
- Keluarga besar saya Bulik Dolin, Uli, Rani, Ibu Lia serta konsumen usaha saya yang membantu perkuliahan saya
- Perserikatan Indomie Dinda, Deni, Mita yang selalu menghibur dan pemberi semangat dikala saya sedih dengan skripsi saya.
- Teman SMP dan SMA Evita, Ema, Risma, Linda dan Mega yang selalu support saya.
- Matapancing fams Vera, Alya, Vivian, Acik, Gia, Nacal, Eritha yang telah memberikan cerita perkuliahan saya.
- Wahyu terimakasih pernah menjadi bagian cerita dihidup dan perkuliahan saya
- Teman-teman seperbimbingan Elma, Ramy, Ina, Septian, Afu yang telah menjadi rekan seperjuangan menyelesaikan studi.
- Teman-teman KKN Watukumpul Adila, Hapy, Daisy, Titha, Juita, Justin, Alif, Masrur, Sena terimakasih telah menjadi keluarga baru saya dan memberikan pengalaman yang hebat selama KKN
- Teman-teman UPK Bola Basket Globies yang telah memberikan hal yang berharga dan suatu arti kekeluargaan.
- Keluarga besar HMD Administrasi Bisnis 2016 yang telah memeberikan pengalaman selama diperkuliahan saya.
- Keluarga Besar Administrasi Bisnis 2015 yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang aku sayangi dan telah menjadi bagian keluarga selama menempuh perkuliahan.

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA SIOMAY DAN BATAGOR SI BOSS SEMARANG

ABSTRAK

Dalam mempertahankan usahanya perusahaan perlu melakukan suatu strategi agar dapat bersaing dan melangsungkan hidupnya. Banyaknya jenis UMKM salah satunya ialah UMKM yang menawarkan atau menjualkan produknya pada bidang kuliner, salah satunya yaitu Siomay dan Batagor Si Boss yang terletak di Banyumanik, Semarang. Siomay dan Batagor Si Boss pada tahun 2014-2019 mengalami fluktuatif. Hal itu perlu adanya strategi dengan melihat faktor internal, faktor eksternal, dan SWOT.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang perlu diterapkan agar mampu meningkatkan daya saing dengan melihat faktor internal (kekuatan dan kelemahan), faktor eksternal (peluang dan ancaman) dan analisis SWOT. Metode penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dan dilakukan wawancara. Terdapat 8 responden pada penelitian ini yaitu pemilik, 2 karyawan, dan 5 konsumen Siomay dan Batagor Si Boss.

Hasil penelitian menunjukkan Siomay dan Batagor Si Boss sudah melakukan strategi usaha, namun dilihat dari faktor internal (strategi pemasaran, *Segmentation, Targeting, dan Positioning* dan daya saing) dan faktor eksternal (persaingan, permodalan, teknologi, kebijakan pemerintah, ekonomi dan lingkungan) terdapat kekurangan yang perlu dibenahi agar dapat meningkatkan daya saing. Dilihat dari matrik SWOT posisi Siomay dan Batagor Si Boss terdapat pada kuadran III dengan hasil IFAS 2,45 dan EFAS 2,70. Terdapat kekuatan dan peluang pada Siomay dan Batagor Si Boss, namun perusahaan ini memiliki kelemahan dan ancaman. Saran dari penelitian ini adalah menerapkan strategi dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki perusahaan, agar dapat mengatasi kelemahan dan ancaman dari kelemahan dan ancaman Siomay dan Batagor Si Boss serta memaksimalkan kekuatan dan peluang agar dapat meningkatkan daya saing.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Daya Saing, SWOT

MARKETING STRATEGY TO INCREASE COMPETITIVENESS IN SIOMAY DAN BATAGOR SI BOSS SEMARANG

ABSTRACT

In maintaining its business, the company needs to do a strategy to compete and establish its life. Many types of UMKM one of them are UMKM that offer or sell their products in the field of culinary, one of which is Siomay dan Batagor Si Boss located in Banyumanik, Semarang. Siomay and Batagor Si Boss in 2014-2019 have fluctuated. It is necessary to have a strategy by looking at internal factors, external factors, and SWOT.

The research aims to determine which advising strategies need to be applied to improve competitiveness by looking at internal factors (strengths and weaknesses), external factors (opportunities and threats), and SWOT analysis. This method of research uses a descriptive approach and interviews. There are 8 respondents in this study, the owner, 2 employees, and 5 consumers of Siomay dan Batagor Si Boss.

The results showed Siomay and Batagor Si Boss already doing business strategy but seen from internal factors (marketing mix, Segmentation, Targeting, and Positioning and competitiveness), external factors (competition, capital, technology, government policy, economy, and environment) some shortcomings need to be addressed to improve competitiveness. Judging by the SWOT matrix of Siomay dan Batagor Si Boss in the quadrant III with the results of the IFAS 2,45 and EFAS 2,70. There are strengths and opportunities in Siomay and Batagor Si Boss, but this company has weaknesses and challenges. Suggestions from this research are the application of strategies by utilizing the strengths and opportunities needed by the company, to overcome the problems and weaknesses of Siomay and Batagor Si Boss threats as well as remarks that enhance strengths and abilities to increase competitiveness.

Keywords: Marketing Strategic, Competitiveness, SWOT

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro yang berjudul **“Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing pada Siomay dan Batagor Si Boss Semarang”**. Penulisan skripsi melibatkan banyak pihak yang telah membantu dengan do’a, dukungan yang tulus dan ikhlas, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pada kesempatan yang ini, penulis ingin menyampaikan beberapa ucapan terima kasih kepada :

1. Dr. Hardi Warsono, M.T.P, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
2. Dr. Reni Shinta Dewi, S. Sos, M.Si, selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
3. Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati, MS., selaku dosen pembimbing dan dosen penguji yang telah banyak membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Drs. Handojo Djoko, W, M.Si, selaku dosen penguji yang telah memberikan saran untuk penyusunan skripsi ini.
5. Dra. Apriatni Endang P, M.Si, selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah memberikan bimbingan dan dorongan untuk saya selama kuliah.
6. Bapak Ibu dosen pengajar Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan bekal ilmu dan membimbing serta mengarahkan penulis sehingga dapat melakukan penulisan skripsi ini.

7. Mba Otik selaku Owner, Karyawan dan Konsumen Siomay dan Batagor Si Boss Semarang yang sangat baik, telah membantu dan membimbing saya dalam melakukan penelitian di Siomay dan Batagor Si Boss Semarang.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis, yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan di dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun bagi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat yang nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 29 April 2020

Dita Dwi Prihartanti

NIM. 14020215120051

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.4.1 Bagi Peneliti	8
1.4.2 Bagi Perusahaan	8
1.4.3 Bagi Pihak Lain.....	8
1.5 Kerangka Pemikiran Teoritis	8
1.5.1 Strategi.....	9
1.5.2 Pemasaran	9

1.5.3 Konsep Pemasaran.....	10
1.5.4 Strategi Pemasaran.....	10
1.5.5 Tujuan Strategi Pemasaran	13
1.5.6 Bauran Pemasaran	13
1.5.7 Analisis Lingkungan Internal	20
1.5.8 Analisis Lingkungan Eksternal.....	21
1.5.9 Analisis SWOT.....	23
1.5.10 Matriks SWOT.....	26
1.5.11 Matriks Faktor Startegi Internal (IFAS).....	27
1.5.12 Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS).....	29
1.5.13 Daya Saing	30
1.5.14 Penelitian Terdahulu	32
1.5.15 Kerangka Pemikiran.....	35
1.6 Definisi Konseptual.....	37
1.7 Definisi Operasionalisasi	38
1.7.1 Strategi Pemasaran.....	38
1.7.2 Daya Saing.....	40
1.8 Analisis SWOT	41
1.9 Metode Penelitian.....	42
1.9.1 Desain Penelitian	42
1.9.2 Subjek Penelitian	43
1.9.3 Situs Penelitian	43
1.9.4 Jenis Data.....	44

1.9.5 Sumber Data Penelitian	44
1.9.6 Teknik Pengumpulan Data	45
1.9.7 Analisis dan Interpretasi Data.....	45
1.9.8 Kualitas Data	47
BAB II GAMBARAN PERUSAHAAN.....	50
2.1 Sejarah Perusahaan.....	50
2.2 Visi, Misi, dan Logo Perusahaan	52
2.2.1 Visi Siomay dan Batagor Si Boss	52
2.2.2 Misi Siomay dan Batagor Si Boss.....	52
2.2.3 Logo Siomay dan Batagor Si Boss	52
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	53
2.4 Jenis Produk Siomay dan Batagor Si Boss	54
2.5 Kegiatan Operasional Siomay dan Batagor Si Boss	56
2.6 Kegiatan Produksi Siomay dan Batagor Si Boss	57
2.7 Kegiatan Pemasaran Siomay dan Batagor Si Boss	58
2.8 Gambaran Umum Informan	59
BAB III STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING SIOMAY DAN BATAGOR SI BOSS SEMARANG.....	62
3.1 Faktor Internal Siomay dan Batagor Si Boss (Kekuatan dan Kelemahan)	62
3.2 Faktor Eksternal Siomay dan Batagor Si Boss (Peluang dan Ancaman).....	85
3.3 Pembahasan dan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing pada Siomay dan Batagor Si Boss	95
3.3.1 Pembahasan Faktor Internal Siomay dan Batagor Si Boss	95

3.3.2 Pembahasan Faktor Eksternal Siomay dan Batagor Si Boss	106
3.4 Identifikasi Lingkungan Usaha Siomay dan Batagor Si Boss	109
3.4.1 Analisis SWOT	109
3.4.2 Matriks Faktor Startegi Internal (IFAS).....	114
3.4.3 Matriks Faktor Startegi Eksternal (EFAS).....	120
3.4.4 Analisis Diagram SWOT	123
3.4.5 Analisis Matriks SWOT	125
BAB IV PENUTUP	132
4.1 Kesimpulan	132
4.2 Saran.....	134
DAFTAR PUSTAKA	137
LAMPIRAN.....	140

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Omset Siomay dan Batagor Si Boss 2014-2018	4
Tabel 1.2 Tingkat Penjualan Siomay dan Batagor Si Boss 2014-2019	4
Tabel 1.3 SWOT	26
Tabel 2.1 Identitas Informan Kunci Penelitian	59
Tabel 2.2 Identitas Informan Utama Penelitian	60
Tabel 3.1 IFAS	115
Tabel 3.2 EFAS	121
Tabel 3.3 Matriks SWOT	125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Analisis SWOT	25
Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 2.1 Logo Siomay dan Batagor Si Boss.....	50
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Siomay dan Batagor Si Boss	50
Gambar 2.3 Produk Siomay Beku.....	55
Gambar 2.4 Produk Siomay Matang.....	55
Gambar 2.5 Tahapan Produksi Siomay dan Batagor Si Boss	56
Gambar 3.1 Diagram SWOT.....	124