

**ANALISIS SWOT (*STRENGTHS, WEAKNESSES, OPPORTUNITIES, THREATS*) SEBAGAI ALAT EVALUASI STRATEGI PEMASARAN TOKO BANGUNAN SUMBER REJEKI DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DI KABUPATEN BLITAR**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen



OLEH :

**NABILATUL BADI'ATI**

NPM: 19.1.02.02.0123

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI  
2023**

Skripsi oleh :

**NABILATUL BADI'ATI**  
NPM: 19.1.02.02.0123

Judul:

**ANALISIS SWOT (*STRENGTHS, WEAKNESSES, OPPORTUNITIES, THREATS*) SEBAGAI ALAT EVALUASI STRATEGI PEMASARAN TOKO BANGUNAN SUMBER REJEKI DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DI KABUPATEN BLITAR**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada  
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: 20 Juni 2023

Pembimbing I



ZULISTIANI, S.Pd., M.M  
NIDN.0711118603

Pembimbing II



RINO SARDANTO, M.Pd.  
NIDN. 0730127403

Skripsi oleh :

**NABILATUL BADI'ATI**

NPM: 19.1.02.02.0123

Judul:

**ANALISIS SWOT (*STRENGTHS, WEAKNESSES, OPPORTUNITIES, THREATS*) SEBAGAI ALAT EVALUASI STRATEGI PEMASARAN TOKO BANGUNAN SUMBER REJEKI DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DI KABUPATEN BLITAR**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri  
Pada tanggal: 14 Juli 2023

**Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan**

Panitia Penguji:

1. Ketua : Zulistiani, M.M
2. Penguji I : Susi Damayanti, M.M
3. Penguji II : Rino Sardanto, M.Pd

  
Mengetahui  
Dekan FEB,  
  
Dr. SUBAGYO, M.M  
NIDN. 0717066601

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Nabilatul Badi'ati  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat/tgl.lahir : Blitar/ 10 Februari 2001  
NPM : 19.1.02.02.0123  
Fak : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 14 Juli 2023

Yang Menyatakan



Nabilatul Badi'ati

NPM: 19.1.02.02.0123

Motto:

Jika kamu tidak sanggup menahan lelahnya belajar, maka kamu harus sanggup menahan perihnya kebodohan

(Imam Syafi'i)

Kupersembahkan karya ini buat:

**Kedua orangtua saya yang tak pernah lelah berjuang dan memberikan segala yang terbaik untuk anaknya. Skripsi ini juga sebagai wujud dedikasi saya kepada Almarhum bapak yang belum sempat saya bahagiakan. Melalui penulisan ini, saya ingin menegaskan bahwa perjuangan yang gigih dari kedua orangtua saya tidak pernah sia-sia.**

## Abstrak

**Nabilatul Badi'ati:** Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, sebagai Alat Evaluasi Strategi Pemasaran Toko Bangunan Sumber Rejeki dalam Meningkatkan Daya Saing di Kabupaten Blitar, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2023.

Kata Kunci: Daya Saing, Strategi Pemasaran, SWOT

Penelitian ini dilatarbelakangi bahwa di tengah persaingan yang semakin ketat dalam bidang usaha toko ritel khususnya bahan bangunan, pelaku bisnis diharuskan menerapkan strategi pemasaran yang efektif guna meningkatkan daya saing. Dapat diketahui bahwa di Kota Blitar banyak bermunculan toko bahan bangunan baru yang bersaing ketat dengan perusahaan sejenis yang sudah lama berdiri. TB. Sumber Rejeki adalah perusahaan dagang yang bergerak dibidang ritel dengan menjual berbagai macam bahan bangunan seperti semen, cat, paku, besi dan sebagainya. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal toko bangunan Sumber Rejeki serta mengetahui strategi pemasaran yang sebaiknya diterapkan agar meningkatkan daya saing.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sesuai dengan penelitian kualitatif, kehadiran peneliti dilapangan adalah sangat penting karena peneliti berperan sebagai *instrument* kunci dalam penelitian sekaligus sebagai alat pengumpul data. Peneliti harus terlibat langsung dalam kehidupan orang-orang yang diteliti sampai pada tingkat keterbukaan antara kedua belah pihak. Tahap penelitian ini yaitu : tahap pra-lapangan, tahap proses dilapangan, tahap analisa data, tahap kesimpulan, dan tahap pelaporan hasil. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Sedangkan, teknik pemilihan informan menggunakan *purposive sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu : reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Uji keabsahan temuan dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi Teknik

Hasil penelitian menunjukkan bahwa TB. Sumber Rejeki memiliki analisis factor internal dan eksternal berdasarkan hasil analisis SWOT yang dapat mendukung usaha. Strategi bersaing yang tepat berdasarkan posisi TB. Sumber Rejeki pada bagian diagram analisis SWOT menempati kuadran I sehingga strategi yang sebaiknya diterapkan adalah strategi agresif yang mendukung pertumbuhan, berdasarkan posisi perusahaan tersebut maka perusahaan lebih disarankan menggunakan strategi SO (*Strenghts-Opportunities*) yaitu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan, membangun tempat khusus untuk layanan konsultasi desain bangunan, memberikan penawaran diskon atau hadiah, dan melakukan *update* produk-produk terbaru.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.

Skripsi dengan judul “Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) sebagai Alat Evaluasi Strategi Pemasaran Toko Bangunan Sumber Rejeki dalam Meningkatkan Daya Saing di Kabupaten Blitar” ini ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Almarhum Ayah tercinta dan terkasih yang sudah disurga semoga arwah beliau diterima disisi-Nya
2. Ibu tercinta yang telah memberikan dukungan yang luar biasa, berkat doa, motivasi, dukungan, semangat dan bantuan materil untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga Ibu panjang umur serta selalu diberkahi oleh Allah SWT.
3. Dr. Zainal Afandi, M.Pd selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Dr. Subagyo, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
5. Restin Meilina, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
6. Zulistiani, S.Pd., M.M dan Rino Sardanto, M.Pd selaku Dosen Pembimbing Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah memberikan bimbingan, saran dan masukan.
7. Bapak Rindang Jayadi selaku pemilik TB. Sumber Rejeki yang telah berkenan dan memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian dan telah bersedia memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
8. Keluarga besar peneliti Eyang Putri, Tante Lia, Tante Elok, Tante Lut, Om Hadi dan adik-adik sepupu peneliti yang telah memberikan dukungan, semangat, serta perhatian kepada peneliti. Tanpa cinta dari keluarga mungkin skripsi ini tidak dapat diselesaikan.

9. Semua teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang terus memberi semangat selama peneliti diperguruan tinggi dan telah banyak membantu mengerjakan skripsi ini.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan masukan, kritik, dan saran-saran dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Akhirnya, disertai harapan semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi kita semua, khususnya bagi dunia pendidikan, meskipun hanya ibarat setitik air bagi samudra luas.

Kediri, 14 Juli 2023

**Nabilatul Badi'ati**

NPM: 19.1.02.02.0123



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i	
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii	
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii	
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v	
ABSTRAK.....	vi	
KATA PENGANTAR.....	vii	
DAFTAR ISI.....	ix	
DAFTAR TABEL.....	xi	
DAFTAR GAMBAR.....	xiii	
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv	
BAB I	PENDAHULUAN.....	1
	A. Latar Belakang Masalah.....	1
	B. Fokus Penelitian.....	5
	C. Rumusan Masalah.....	6
	D. Tujuan Penelitian.....	6
	E. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II	LANDASAN TEORI.....	8
	A. Kajian Teori.....	8
	1. Strategi.....	8
	2. Pemasaran.....	9
	3. Strategi Pemasaran.....	13
	4. Daya Saing.....	16
	5. Analisis SWOT.....	17
	B. Penelitian Terdahulu.....	23
	C. Kerangka Berpikir.....	26
BAB III	METODE PENELITIAN.....	28
	A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	28
	1. Pendekatan Penelitian.....	28
	2. Jenis Penelitian.....	28
	B. Kehadiran Peneliti.....	29
	C. Situs Penelitian.....	29
	D. Tahapan Penelitian.....	29

	E. Sumber Data dan Teknik Pemilihan Informan.....	31
	1. Sumber Data .....	31
	2. Teknik Pemilihan Informan .....	32
	F. Prosedur Pengumpulan Data.....	33
	G. Teknik Analisis Data .....	36
	H. Uji Keabsahan Temuan .....	38
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
	A. Gambaran Umum Informan dan Deskripsi Situs Penelitian .....	39
	1. Deskripsi Situs Penelitian .....	39
	2. Gambaran Umum Informan.....	41
	B. Diskripsi Data Hasil Penelitian .....	44
	1. Tahap Analisis Data.....	44
	2. Uji Keabsahan Temuan.....	59
	C. Interpretasi dan Pembahasan .....	60
	1. Analisis Lingkungan Internal Toko Bangunan Sumber Rejeki.....	60
	2. Analisis Lingkungan Eksternal Toko Bangunan Sumber Rejeki.....	63
	3. Strategi Bersaing yang Tepat untuk Toko Sumber Rejeki Berdasarkan Analisis SWOT .....	67
BAB V	PENUTUP.....	80
	A. Temuan.....	80
	B. Implikasi .....	81
	C. Rekomendasi .....	82
	DAFTAR PUSTAKA .....	83
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel	halaman
1.1 : Data Pesaing Tb. Sumber Rejeki .....	2
2.1 : Matriks SWOT .....	18
2.2 : Penelitian Terdahulu .....	23
3.1 : Kode Informan .....	32
3.2 : Daftar Pertanyaan Wawancara.....	34
3.3 : Kode Pertanyaan Wawancara .....	35
4.1 : Daftar Harga Produk Tb. Sumber Rejeki.....	40
4.2 : Gambaran Umum Informan Penelitian .....	41
4.3 : Data Penjualan Tb. Sumber Rejeki Tahun 2023.....	45
4.4 : Jawaban Wawancara tentang Pelayanan Khusus.....	47
4.5 : Jawaban Wawancara tentang Lokasi Tb. Sumber Rejeki .....	48
4.6 : Jawaban Wawancara tentang Strategi Bisnis dalam Menghadapi Persaingan .....	48
4.7 : Jawaban Wawancara tentang Alasan Konsumen Berbelanja di Tb. Sumber Rejeki .....	49
4.8 : Jawaban Wawancara tentang Kualitas Pelayanan .....	49
4.9 : Jawaban Wawancara tentang Keunggulan Tb. Sumber Rejeki Dibanding Pesaing .....	50
4.10 : Jawaban Wawancara tentang Promosi Tb. Sumber Rejeki.....	50
4.11 : Jawaban Wawancara tentang Faktor yang Mengakibatkan Sulit Berkembang.....	51
4.12 : Jawaban Wawancara tentang SDM Tb. Sumber Rejeki Dibanding Pesaing .....	51
4.13 : Jawaban Wawancara tentang Display Barang di Tb. Sumber Rejeki.....	52
4.14 : Jawaban Wawancara tentang Ketidakpuasan Konsumen dalam Berbelanja.....	52
4.15 : Jawaban Wawancara tentang Permintaan Pasar Tb. Sumber Rejeki.....	53
4.16 : Jawaban Wawancara tentang Fasilitas Tb. Sumber Rejeki.....	53
4.17 : Jawaban Wawancara tentang Cara Menjalin Hubungan Baik dengan Pembeli.....	54
4.18 : Jawaban Wawancara tentang Trend yang Menjadi Peluang.....	54
4.19 : Jawaban Wawancara tentang Peraturan Pemerintah yang Mendukung Usaha.....	55
4.20 : Jawaban Wawancara tentang Bagian dari Toko yang Tertinggal dari Pesaing.....	55
4.21 : Jawaban Wawancara tentang Pesaing Tb. Sumber Rejeki .....	55
4.22 : Jawaban Wawancara tentang Hal yang Dilakukan Pesaing yang Mengancam Usaha .....	56

4.23	: Jawaban Wawancara tentang Perbedaan Produk dari Pesaing .....	56
4.24	: Matriks IFAS Tb. Sumber Rejeki .....	69
4.25	: Matriks EFAS Tb. Sumber Rejeki .....	72
4.26	: Matriks SWOT Tb. Sumber Rejeki.....	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
2.1 : Diagram SWOT .....	21
2.2 : Kerangka Berpikir.....	27
4.1 : Struktur Organisasi Toko Bangunan Sumber Rejeki.....	40
4.2 : Diagram SWOT TB. Sumber Rejeki .....	74

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

- 1 : Transkrip Hasil Wawancara
- 2 : Dokumentasi Penelitian
- 3 : Surat Pengantar/Ijin Penelitian
- 4 : Surat Balasan dari Tb. Sumber Rejeki
- 5 : Berita Acara Bimbingan

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Saat ini industri retail telah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Banyaknya pusat perbelanjaan berbasis retail telah menjadi daya tarik tersendiri bagi perusahaan untuk lebih meningkatkan kinerja agar bisa bersaing dengan banyaknya kompetitor lain dan tidak lupa untuk memikirkan konsumen agar bisa berbelanja dengan nyaman dan menyenangkan. Tak terkecuali perusahaan di bidang retail khususnya pada retail bahan bangunan.

Kebutuhan bahan bangunan terus meningkat seiring dengan perbaikan sektor properti dan konstruksi di masa pemulihan pandemi. Menurut data Direktorat Jenderal Industri Kecil Menengah dan Aneka (Ditjen IKMA) Kementerian Perindustrian (Kemenperin), sektor *real estate* dan konstruksi sebagai pengguna produksi bahan bangunan di tahun 2022 dapat tumbuh masing-masing 2,78% dan 2,81% secara tahunan. Selain itu, indikasi peningkatan penggunaan bahan bangunan di Indonesia juga dapat dilihat dari struktur anggaran di APBN 2022, infrastruktur menempati urutan ke-3 dengan anggaran mencapai Rp384,8 triliun (Isnaini, 2023) .

Seiring dengan pulihnya sektor properti dan konstruksi pasca pandemi kebutuhan bahan bangunan semakin meningkat sehingga membuka peluang bisnis usaha ritel bahan bangunan. Persaingan antar ritel bahan bangunan membutuhkan strategi untuk menarik konsumen agar

melakukan keputusan pembelian. Strategi yang dapat dilakukan salah satunya dengan merumuskan strategi pemasaran yang efektif seperti memprediksi potensi pembeli dengan cermat, seleksi merek yang ketat, melakukan pencatatan penjualan dengan cermat, dan melakukan arah pengembangan bisnis ritel dengan baik dan berkesinambungan dalam jangka panjang.

Persaingan bisnis toko bangunan di Blitar berkembang pesat, mengingat pertumbuhan pembangunan dan renovasi di daerah tersebut meningkat secara signifikan serta potensi pasar yang cukup besar. Terdapat banyak toko bangunan yang telah berdiri di Blitar baik yang berskala kecil maupun besar.

Salah satu toko bangunan di Blitar yaitu TB. Sumber Rejeki, usaha dagang ini menjual berbagai bahan dan perkakas untuk membuat bangunan seperti pasir, semen, pipa, paku, cat, besi pondasi, sekop, palu dan sebagainya. Ketatnya persaingan bisnis bahan bangunan juga dirasakan oleh TB. Sumber Rejeki, dimana banyak berdiri toko-toko bangunan di sekitar lokasi tersebut. Berikut dapat dilihat pada tabel 1.1 data pesaing TB. Sumber Rejeki :

**Tabel 1.1**  
**Data Pesaing TB. Sumber Rejeki**

No	Nama	Alamat
1.	Tb. Cahaya	Jl. Raya Bangsri, Bangsri I, Kec. Nglegok, Kab. Blitar
2.	Tb. Rizqi Barokah	Dsn. Kledan, Ds. Bangsri I, Kec. Nglegok, Kab. Blitar
3.	Tb. Sahabat Jaya	Jl. Raya Bangsri, Bangsri II, Kec. Nglegok, Kab. Blitar

Sumber data : Hasil observasi Tb. Sumber Rejeki, 2023

Ditengah persaingan yang semakin ketat, berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Jayadi, dalam memasarkan produknya TB.



Sumber Rejeki masih secara konvensional dimana penawaran produk kepada pelanggan dilakukan secara langsung (*offline*) dengan menggunakan cara normal yang biasa dilakukan sejak dulu, karena keterbatasan strategi yang digunakan menyebabkan jangkauan pasar kurang luas yang mengakibatkan lemahnya daya saing TB. Sumber Rejeki, sehingga perlu diidentifikasi strategi pemasaran yang tepat guna meningkatkan daya saing.

Strategi pemasaran merupakan komponen penting dari strategi yang tidak dapat diabaikan. Mengembangkan dan melaksanakan strategi pemasaran adalah inti dari praktik pemasaran. Hal sangat mendasar dalam proses manajemen pemasaran adalah strategi dan rencana pemasaran yang mendalam dan kreatif yang dapat menuntun aktivitas pemasaran. Untuk mengembangkan yang benar sepanjang masa membutuhkan pemahaman dan pengetahuan yang luas dan mendalam tentang strategi pemasaran. Sebab perusahaan hendak memiliki komitmen kuat berpegang pada strategi serta menemukan model atau metode baru untuk terus mengembangkan pemasaran (Syarifuddin et al., 2020).

Salah satu pendekatan yang dapat dipergunakan sebagai instrumen dalam pemilihan strategi dasar adalah melalui analisis SWOT. Secara lebih terperinci, pengertian analisis SWOT juga dapat dijabarkan sebagai metode perencanaan strategis yang digunakan untuk melakukan evaluasi terhadap *Strengths* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman) dalam suatu proyek atau bisnis usaha. Kata SWOT sendiri diambil dari singkatan terhadap kelompok-kelompok faktor internal

dan eksternal tersebut. SWOT mengidentifikasi terhadap faktor- faktor internal dan eksternal yang dilakukan dengan tujuan untuk mencapai keuntungan sesuai tujuan usaha bisnis atau proyek yang telah ditentukan (Wijayati, 2019) .

Dengan menggunakan analisis SWOT, toko dapat memilih strategi dengan melihat faktor internal yang dimiliki yakni kekuatan atau keunggulan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) serta memperhatikan faktor eksternal yang ada dan yang akan dihadapi yakni peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT memudahkan toko mengontrol adanya perubahan dari luar dan mampu meningkatkan daya saing dalam persaingan pasar yang semakin ketat.

Penelitian oleh Noviadi et al (2022), Setyawan & Setiawati (2023) dan Hidayat & Setyawan (2021) analisis SWOT digunakan sebagai dasar penerapan strategi pemasaran hasil penelitian menunjukkan posisi toko berada di kuadran I yang merupakan situasi menguntungkan bagi perusahaan, sehingga strategi SO (*Strengths-Opportunities*) digunakan sebagai strategi pemasaran. Penelitian oleh Cahyo et al (2023) analisis SWOT digunakan sebagai dasar penerapan strategi pemasaran hasil penelitian menunjukkan posisi toko berada di kuadran IV yang merupakan situasi tidak menguntungkan bagi perusahaan karena menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal sehingga strategi WT (*Weakness-Threats*) digunakan sebagai strategi pemasaran. Penelitian oleh Nianzhi (2020) analisis SWOT digunakan sebagai strategi meningkatkan daya saing hasil

penelitian menunjukkan posisi toko berada dikuadran I yang merupakan situasi menguntungkan bagi perusahaan sehingga strategi SO (*Strengths-Opportunities*) digunakan sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing.

Penelitian ini dilakukan karena hasil dari penelitian sebelumnya hanya berfokus pada satu strategi pemasaran sebagai hasil dari analisis SWOT. Sementara pada penelitian ini tidak hanya berfokus pada satu strategi pemasaran saja namun juga memperhatikan strategi untuk meningkatkan daya saing, selain itu terdapat perbedaan hasil dari penelitian sebelumnya sehingga peneliti meneruskan dan mengembangkan penelitian mengenai analisis SWOT untuk meningkatkan daya saing toko bangunan. Dari latar belakang dan alasan tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) sebagai Alat Evaluasi Strategi Pemasaran Toko Bangunan Sumber Rejeki dalam Meningkatkan Daya Saing di Kabupaten Blitar”.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas supaya hasil analisa penelitian lebih terarah maka peneliti menetapkan fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu meningkatkan daya saing TB. Sumber Rejeki di Kabupaten Blitar melalui analisis SWOT sebagai alat evaluasi strategi pemasaran.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan fokus penelitian diatas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Faktor internal apa yang dihadapi pada TB. Sumber Rejeki berdasarkan Analisis SWOT ?
2. Faktor eksternal apa yang dihadapi pada TB. Sumber Rejeki berdasarkan Analisis SWOT ?
3. Bagaimana menentukan strategi pemasaran yang tepat pada TB. Sumber Rejeki berdaya saing berdasarkan Analisis SWOT ?

### **D. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut.

1. Mengetahui dan menganalisis faktor internal pada TB. Sumber Rejeki
2. Mengetahui dan menganalisis faktor eksternal pada TB. Sumber Rejeki
3. Mengetahui strategi bersaing yang tepat pada TB. Sumber Rejeki

### **E. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan pengayaan mengenai analisa SWOT sebagai alat evaluasi strategi pemasaran TB. Sumber Rejeki dalam meningkatkan Daya Saing di Kabupaten Blitar

- b. Sebagai referensi dan pengembangan ilmu bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama dimasa yang akan datang.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Hasil riset ini diharapkan dapat memberi kontribusi pemikiran atau kontribusi berupa analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing toko bahan bangunan
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi toko bahan bangunan dalam menetapkan strategi pemasaran yang tepat agar meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar

## DAFTAR PUSTAKA

- Arwildayanto, Sukung, A., Arifin, & Nellitawati. (2020). *Manajemen Daya Saing Perguruan Tinggi*. Bandung: CV CENDEKIA PRESS.
- Cahyo, B. D., Sari, M. I., & Hermawan, H. (2023). Analisis SWOT untuk Pemasaran Di Toko Bangunan Bima Jaya. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis GROWTH*, 4(1).
- Daud, I. (2021). *Manajemen Pemasaran Dengan Pendekatan Digital Marketing*. Sidoarjo: Indomedia Pustaka.
- Effendi, N. I., Mulyana, M., Apriani, A., Titing, A. S., Nugroho, H., & Purnama, D. (2022). *Strategi Pemasaran*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Hermawan, S., & Sriyono. (2020). *Manajemen Strategi & Resiko*. Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Hidayat, R., & Setyawan, I. (2021). Strategi Bauran Pemasaran Menggunakan Pendekatan Analisis SWOT Pada UD Erni Jaya Bangunan Kediri. *Jurnal Revolusi Indonesia*, 1(10), 1–23.
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Isnaini, H. (2023). Sektor Properti dan Konstruksi Dongkrak Pertumbuhan Industri Bahan Bangunan. Retrieved May 3, 2023, from SIDONEWS.com website: <https://ekbis.sindonews.com/read/1013619/34/sektor-properti-dan-konstruksi-dongkrak-pertumbuhan-industri-bahan-bangunan-1675425770>
- Khourouh, U., Ratnaningsih, C. S., & Rahayudi, B. (2022). *MONOGRAF Daya Saing UMKM: Inovasi dan Sinergi Pentahelix di Era New Normal*. Ponorogo: uwais inspirasi indonesia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Nianzhi. (2020). Perumusan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Toko Bangunan XYZ. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(1), 48–53.
- Noviadi, K., Isyanto, P., & Yani, D. (2022). Strategi Pemasaran Melalui Analisis SWOT Pada Toko Bangunan Enggal Family Karawang. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 33(1), 1–12.
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riyoko, S. (2020). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Yogyakarta: CV. MARKUMI.

- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Vol. 3). Makassar: CV Sah Media.
- Sardanto, R., Meilina, R., & Muslih, B. (2018). Implementasi Pelayanan Publik Berbasis Brand “Harmoni Kediri The Service City.” *Ekspektra : Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2, 140–156. <https://doi.org/10.25139/ekt.v2i2.1008>
- Setyawan, A., & Setiawati, C. I. (2023). *Strategi Pemasaran Di Era Pandemi Covid-19 Pada Toko Bangunan Ud . Maju Jaya Perkasa Kecamatan Ngantang Kabupaten Malang Dengan Pendekatan Analisis Swot*. 10(1), 373–378.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sudaryono. (2017). *Pengantar Manajemen Teori dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Sugiyono. (2016). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Syarifuddin, Mandey, S. L., & Tumbuan, W. J. F. . (2020). Sejarah Pemasaran Dan Strategi Bauran Pemasaran. In J. B. Maramis (Ed.), *CV. Istana Agency* (Vol. 5). Yogyakarta.
- Wijayati, H. (2019). *Panduan Analisis SWOT untuk Kesuksesan Bisnis*. Yogyakarta: QUADRANT.
- Wiswasta, I. G. N. A., Agung, I. G. A. A., & Tamba, I. M. (2018). *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, dan Pengembangan Usaha)*. Denpasar: Universitas Mahasaraswati Press.
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi* (Hamdan, Ed.). Lombok Tengah: Forum Pemuda Aswaja.