

**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM MENINGKATKAN DAYA
SAING USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM)**

(Studi Kasus Pada Usaha Bpk. Gunawan)

KTI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Diploma (D3) Pada
Program Studi Administrasi Bisnis



Oleh:

MUHAMAD RIZKI AULIA

NPM : 202163411183

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI AMUNTAI
2024**

TANDA PERSETUJUAN
STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING
USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM)
(Studi Kasus Pada Usaha Bpk. Gunawan)

TUGAS AKHIR

Telah disetujui dan disahkan

Pada tanggal, 29 Juli 2024

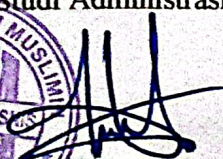
Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir

Program Studi Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai

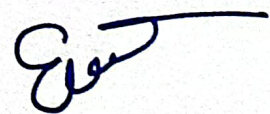
Disetujui

Ketua

Program Studi Administrasi Bisnis


Haris Fadillah, S.Sos., M.A.B CLMA^R
NIK 19940609 201509 1 020

Dosen Pembimbing


Eka Santi Agustina, S.Sos, MM, CIQaR, CIQnR
NIDN. 1128088801

Disahkan Oleh
Ketua

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai



Dr. Reno Afflan, S.Sos., M.AP., CIQnR, CIQaR
NIK 19891025 201807 1 030

Dikeluarkan di : Amuntai

Desa Amuntai, 20 Juli 2024

LEMBAR PENGESAHAN

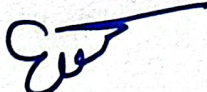

STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) (Studi Kasus Pada Usaha Bpk. Gunawan)

Disusun Oleh :

MUHAMAD RIZKI AULIA
NPM: 202163411183


Telah Dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai pada tanggal 29 Juli 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya.

Susunan Tim Penguji

	Nama Lengkap	Tanda Tangan
Ketua	Eka Santi Agustina, S.Sos., MM., CIQaR, CIQnR	
Merangkap Anggota		
Sekretaris	Nurul Hasanah, S.Pd, M.M, CPSM ^R	
Merangkap Anggota		

Amuntai, 29 Juli 2024

Ketua,
Program Studi Administrasi Bisnis



Harris Fadillah, S.Sos, M.A.B, CLMA^R
NIK. 19940609 201509 1 020

Ketua,
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai



Dr. Reno Affrian, S.Sos, M.AP, CIQnR, CIQaR
NIK 19891025 201807 1 030

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KTI

Yang Bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : **Muhamad Rizki Aulia**

NPM : **202163411183**

Program Studi : **Administrasi Bisnis**

Judul Tugas Akhir : **Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Studi Kasus Pada Usaha Bpk. Gunawan**

Menyatakan bahwa karya ilmiah ini merupakan hasil kerja sendiri dan sepanjang pengetahuan saya tidak berisi materi yang dipublikasikan atau dipergunakan sebagai persyaratan penyelesaian studi di perguruan tinggi oleh orang lain kecuali pada bagian-bagian tertentu yang saya ambil sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Amuntai, 29 Juli 2024
Yang Menyatakan,



(Muhamad Rizki Aulia)

MOTTO

“Masa Lalu telah berlalu, begitu pula dengan kesedihan yang telah dibuatnya pun harusnya ikut berlalu bersama datangnya hari ini”

(Mario Teguh)

“Sebaik-baiknya manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia”

(HR. Ahmad, Atha-Thabrani, ad-Daruqutin)

“Selalu berusaha untuk menjadi yang terbaik bagi diri sendiri, orang lain, dan Negeri ini”

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim.. Alhamdulillah, Sebagai Ungkapan Terimakasih, Karya ilmiah Ini Penulis persembahkan Kepada :

1. Orang tua Saya khususnya Ibu saya dan saudara-saudara ku. Yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan saya, Terimakasih untuk semuanya berkat do'a dan dukungan orang tua saya bisa berada dititik ini.
2. Keluarga besar khususnya istri saya yang mana selalu mendukung dan memberikan semangat kepada saya.
3. Terima kasih Untuk diri sendiri Karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini.
4. Seluruh Bapak dan Ibu dosen yang telah bersedia membantu dalam penyelesaian penulisan KTI ini
5. Teman-teman dan sahabat-sahabat saya, yang mendukung saya dalam penelitian ini. Saya ucapkan banyak-banyak terimakasih karena telah memberikan bantuan, do'a, saran, nasehat, tenaga, dan serta semangat yang paling berharga sampai terselesainya karya ilmiah ini.

ABSTRACT

*Muhamad Rizki Aulia, NPM: 202163411183, Title “**DIGITAL MARKETING STRATEGIES IN INCREASING THE COMPETITIVENESS OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (SMEs) CASE STUDY OF Mr. GUNAWAN**” Supervised by Mrs. Eka Santi Agustina, S.Sos., MM, CIQaR, CIQnR.*

This research was conducted because it aims to find out how to design digital marketing strategies to increase the competitiveness of small and medium enterprises (SMEs). The research method used in this research is a descriptive qualitative research method. Data collection was carried out using interview, observation and documentation techniques. The data analysis technique used is SWOT analysis carried out based on IFAS and EFAS calculations, from Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats. The research results were obtained through a SWOT analysis carried out based on EFAS and IFAS, namely that internal factors had an impact of 7.5 and external factors of 6.1. Tempe Business Mr. Gunawan has high internal strength, the strategy that must be implemented uses strength to take advantage of long-term opportunities in the form of demographic strategies and a wider reach, namely making breakthroughs in new activities through digital.

Keywords: Strategy, Marketing, Digital, and Competitors

ABSTRAK

Muhamad Rizki Aulia, NPM : 202163411183, judul “**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) STUDI KASUS PADA USAHA BAPAK GUNAWAN**” dibawah bimbingan ibu Eka Santi Agustina, S.Sos., MM., CIQaR, CIQnR.

Penelitian ini dilakukan karena bertujuan untuk mengetahui bagaimana rancangan strategi pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing usaha kecil menengah (UKM). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan Teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT dilakukan berdasarkan perhitungan IFAS dan EFAS, dari Kekuatan (*Strenght*), kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunities*), dan Ancaman(*Threaths*). Hasil penelitian di dapat melalui Analisis SWOT dilakukan berdasarkan EFAS dan IFAS, yaitu factor Internal memiliki dampak sebesar 7,5 dan Faktor Eksternal sebesar 6,1. Usaha Tempe Bpk. Gunawan memiliki kekuatan internal yang tinggi, strategi yang harus diterapkan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang berupa strategi demografis dan Jangkauan lebih luas yakni membuat terobosan kegiatan baru melalui digital.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Digital, dan Pesaing

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan ridho dan karunia-Nya sehingga penyusunan tugas akhir ini dapat terselesaikan. Tugas akhir yang berjudul: "**Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Studi Kasus Pada Usaha Bpk. Gunawan**" dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat penyelesaian studi Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai, untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md.).

Penyelesaian tugas akhir ini berjalan dengan lancar berkat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini disampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Reno Affrian, S.Sos, M.AP, CIQnR, CIQaR selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai.
2. Bapak Haris Fadillah, S.Sos, M.A.B, CLMA^R selaku Ketua Prodi Administrasi Bisnis.
3. Kepada Ibu Dosen Pembimbing Eka Santi Agustina, S.Sos, MM, CIQaR, CIQnR yang dengan sabar meluangkan waktu dan pemikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama penyusunan tugas akhir.
4. Bapak Ary Yudianto, S.Sos, MM, CRMA selaku Dosen Prodi yang telah banyak membantu, memberikan pengarahan waktu, dan petunjuk kepada penulis sehingga KTI ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Seluruh dosen beserta staf tata usaha beserta jajarannya yang ada di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai.
6. Bpk. Gunawan selaku pemilik usaha tempe yang telah memberikan izin

penelitian di tempat usaha beliau.

7. Seluruh keluarga dan teman-teman di STIA Amuntai terima kasih atas dukungan motivasi serta do'anya sehingga penulis dapat menyelesaikan KTI ini.
8. Kepada Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberi bantuan selama penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa KTI ini jauh dari sempurna, namun penulis berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi yang berkepentingan. Kritik dan saran serta tanggapan yang bersifat membangun akan penulis terima demi kesempurnaan KTI ini.

Amuntai, 29 Juli 2024



Muhamad Rizki Aulia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN	ii
BERITA ACARA UJIAN MEMPERTAHANKAN KTI	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KTI	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRACT	viii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6

BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Tinjauan Teoritis.....	9
2.2.1 Pengertian Strategi	9
2.2.2 Pengertian Pemasaran	10
2.2.3 Pengertian Strategi Pemasaran	10
2.2.4 Fungsi Strategi Pemasaran	11
2.2.5 Tujuan Strategi Pemasaran	12
2.2.6 Konsep Strategi Pemasaran.....	14
2.2.7 Pengertian Digital Marketing	16
2.2.8 Kekuatan dan Kelemahan Digital Marketing.....	19
2.2.9 Indikator Digital Marketing	20
2.2.10 Analisis SWOT.....	21
2.2.11 Usaha Tempe	23
2.2.12 Pengertian Pesaing	25
2.3 Kerangka Pikir.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Lokasi Penelitian.....	35
3.2 Pendekatan Penelitian.....	35
3.3 Tipe Penelitian.....	36
3.4 Data dan Sumber Data.....	37

3.5 Desain Operasional Penelitian	38
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.7 Teknik Analisis Data.....	41
3.8 Uji Kredibilitas Data.....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.2 Gambaran Umum Usaha tempe Bpk. Gunawan	46
4.2 Data Hasil Wawancara	49
4.2.1 Kekuatan.....	49
4.2.2 Peluang.....	51
4.2.3 Kelemahan.....	52
4.2.4 Ancaman.....	54
4.3 Perhitungan Analisis SWOT Rangkuti, 2001:24	56
4.3.1 IFAS Mengenai Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Studi Kasus Pada Usaha Bpk. Gunawan	56
4.3.2 EFAS Mengenai Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Studi Kasus Pada Usaha Bpk. Gunawan	58
4.4 Pembahasan Kondisi Strategi Pemasaran Usaha Tempe Bpk. Gunawan	
60	
4.4.1 Analisis Kekuatan dan Kelemahan.....	60

4.4.2 Analisis Peluang dan Ancaman	64
4.5 Pembahasan IFAS dan EFAS	68
BAB V PENUTUP	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN.....	
Daftar Riwayat Hidup.....	
Pedoman Wawancara.....	
Kartu Bimbingan.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Matrik Internal Factor Evaluation (IFE) Usaha Tempe Bpk. Gunawan.....	57
Tabel 4. 2 Matrix External Factor Evaluation (EFE) Usata Tempe Bpk. Gunawan.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Tempat Usaha Tempe Bpk. Gunawan	48
Gambar 4. 2 Produksi Tempe Bpk. Gunawan.....	48
Gambar 4. 3 Akses Jalan Menuju Usaha Tempe Bpk. Gunawan.....	49
Gambar 4. 4 Wawancara dengan Bpk. Gunawan.....	50
Gambar 4. 5 Wawancara Bersama Pembeli dan Bpk. Gunawan	52
Gambar 4. 6 Pengolahan Tempe Bpk. Gunawan	53
Gambar 4. 7 Pembelian Secara Digital (Whattshap)	55