

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN

VOLUME PENJUALAN PADA UMKM

(Studi Kasus Pada UMKM Cake Pisang Raja Impian Tuban)

SKRIPSI



OLEH

ANGGI DIAN LESTARI

19042010016

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN PADA UMKM
(Studi Kasus Pada UMKM Cake Pisang Raja Impian Tuban)**

D disusun Oleh :

ANGGI DIAN LESTARI
NPM 19042010016

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Pembimbing



Dr. JOJOK DWIRIDHOTJAHJONO, S.Sos., M.Si
NIP. 197011012021211004

Mengetahui,
DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. CATUR SURATNOAJI, M.Si
NIP.-196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN PADA UMKM
(Studi Kasus Pada UMKM Cake Pisang Raja Impian Tuban)

Disusun Oleh:

ANGGI DIAN LESTARI
NPM 19042010016

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 24 Februari 2023

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA



Dr. JOJOK DWIRIDOTIAHJONG, S.Sos., M.Si
NIP. 197011012021211004

TIM PENGUJI

1. Ketua



Ir. LISA SUMISTYAWATI, M.M
NIP. 196802231987032001

2. Sekretaris



Dr. JOJOK DWIRIDOTIAHJONG, S.Sos., M.Si
NIP. 197011012021211004

3. Anggota



Dr. ACEP SAMBUDIN, S.Sos., M.M., M.A.
NPT. 21119771204337

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. CATUR SURAINOAJI, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anggi Dian Lestari

NPM : 19042010016

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi :

**Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UMKM
(Studi Kasus Pada UMKM Cake Pisang Raja Impian Tuban)**

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli pribadi saya yang dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 30 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Strata I di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya asli saya atau merupakan hasil plagiarisme dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Surabaya, 17 Maret 2023

Yang membuat pernyataan



Anggi Dian Lestari

NPM. 19042010016

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya diberikan kemampuan untuk dapat menyelesaikan proposal metode penelitian bisnis yang berjudul “ Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Cake Pisang Raja Impian Tuban) ”

Penyusunan skripsi oleh penulis untuk memenuhi persyaratan akademik dalam rangka memenuhi tugas akhir. Penulis menyadari bahwa selesainya penyusunan penelitian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak yang memberikan dorongan semangat , bimbingan , serta saran. Serta penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada Bapak Dr. Jajok Dwiridotjahjono, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam penyusunan penelitian skripsi dengan segala kesabaran dan arahan yang diberikan. Dengan segala hormat dan rasa terimakasih yang tak terhingga penulis sampaikan kepada beliau.

Pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang banyak membantu penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi, Yang terhormat penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si. selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, M.M., M.A . selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Seluruh dosen pengajar Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Kepada Ibu dan Mbah yang selalu mendukung dan memberikan semangat untuk dapat menyelesaikan dengan baik.
5. Kepada Alm. Bapak Suriyadi beliau merupakan ayah yang menjadi semangat dan motivasi untuk dapat segera menyelesaikan dengan maksimal.
6. Pemilik Cake Pisang Raja Impian Tuban beserta seluruh staff karyawan yang sudah berkenan memberikan banyak informasi.
7. Kepada teman – teman dan senior program studi Ilmu Administrasi yang ikut berpartisipasi dalam penyusunan proposal.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proposal ini masih jauh dari kata sempurna karena kurangnya pengetahuan dan pengalaman . Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran dari seluruh pembaca . Penulis harap penelitian ini dapat berguna bagi para pembaca sebagai literatur dan referensi bagi penelitian mendatang .

Surabaya, Januari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAKSI	xi
ABSTRACTION	xii
1.1 Latar Belakang	1
1.1 Rumusan Masalah	8
1.2 Tujuan Penelitian.....	8
1.3 Manfaat.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	11
2.2 Strategi.....	16
2.2.1 Definisi Strategi	16
2.2.2 Manajemen Strategi	17
2.3 Pemasaran.....	18
2.3.1 Definisi Pemasaran.....	18
2.3.2 Konsep Pemasaran	20
2.3.3 Manajemen Pemasaran.....	21
2.3.4 Bauran Pemasaran.....	22
2.3.5 <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>	25
2.3.6 Faktor – Faktor Pemasaran.....	28
2.4 Tujuan dan Manfaat Strategi Pemasaran	32
2.5 UMKM	33
2.5.1 Definisi UMKM	33
2.5.2 Klasifikasi Dan Kriteria	34
2.5.3 Kelemahan dan Kelebihan UMKM	36
2.6 Volume Penjualan	39

2.6.1	Definisi Volume Penjualan	39
2.6.2	Faktor – Faktor Volume Penjualan	40
2.6.3	Indikator Volume Penjualan	41
2.7	Kerangka Berpikir	42
3.1	Jenis Penelitian.....	44
3.2	Definisi Operasional Variabel.....	44
3.3	Lokasi Penelitian.....	48
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian	49
3.4.1	Populasi.....	49
3.4.2	Sampel.....	49
3.5	Informan Dan Teknik Penarikan Informan	51
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.6.1	Wawancara.....	53
3.6.2	Observasi.....	54
3.6.3	Dokumentasi	54
3.6.4	Pustaka	55
3.6.5	Kuisisioner	55
3.7	Teknik Analisis Data.....	56
3.7.1	Analisis SWOT	56
3.7.3	Diagram Analisis Swot	57
3.7.3	Matriks SWOT	59
BAB IV	HASIL PENELITIAN.....	66
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	66
4.1.1	Visi dan Misi UMKM Cake Pisang Raja Impian	67
4.1.2	Logo UMKM Cake Pisang Raja Impian.....	68
4.1.3	Struktur Organisasi	68
4.2	Hasil dan Pembahasan.....	70
4.2.1	Penyajian Data	70
4.2.2	Data Informan	87
4.3	Analisis SWOT.....	88
4.3.1	Analisis Faktor Internal dan Ekternal	91
4.3.1.1	Matriks IFAS.....	91

4.3.1.2 Matriks EFAS	95
4.3.2 Diagram SWOT	99
4.4 Perbandingan Hasil Penelitian Dengan Penelitian Terdahulu.....	109
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	115
5.1 Kesimpulan.....	115
5.2 Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN.....	122

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	43
Gambar 3.1 Diagram Analisis SWOT.....	57
Gambar 4. 1 Logo UMKM Cake Pisang Raja Impian	68
Gambar 4. 2 Struktur Oranisasi UMKM Cake Pisang Raja.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Produk UMKM Cake Pisang Raja	6
Tabel 1. 2	Volume Penjualan Tahun 2017 - 2021.....	6
Tabel 2 .1	Jenis UMKM Berdsarkan Kriteria Asset dan Omzet.....	36
Tabel 2 .2	Perbedaan Jenis UMKM Berdasarkan Aspek	36
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 3.2	Matriks SWOT.....	57
Tabel 3. 3	Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS).....	60
Tabel 3. 4	Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS).....	63
Tabel 4. 1	Data Informan Penelitian	87
Tabel 4. 2	Hasil Rata - Rata Kuisisioner Informan Matriks IFAS	92
Tabel 4. 3	Hasil IFAS.....	92
Tabel 4. 4	Hasil Rata - Rata Kuisisioner Informan Matriks EFAS.....	96
Tabel 4. 5	Hasil EFAS.....	96
Tabel 4. 6	Diagram SWOT	99
Tabel 4. 7	Rumusan Strategi Matriks SWOT	101
Tabel 4. 8	Hasil Analisis Matriks SWOT.....	101
Tabel 4. 9	Hasil Perbandingan Penelitian Dengan Penelitian Terdahulu ...	109

ABSTRAKSI
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN PADA UMKM
(Studi Kasus Pada UMKM Cake Pisang Raja Impian Tuban)

Anggi Dian Lestari

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
anggidianlestari2001@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualannya pada usaha UMKM Cake Pisang Raja Impian Tuban. Metode penentuan sampel dilakukan secara purposive sampling dengan menganalisis strategi bauran pemasaran 7P (*product, price, place, promotion, process, people, physical evidence*) dan STP (*segmenting, targeting, and positioning*) yang telah diterapkan. Penelitian ini dianalisis menggunakan metode deskriptif dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki lingkungan internal perusahaan serta faktor peluang dan ancaman yang merupakan lingkungan eksternal perusahaan. Dengan analisis SWOT dapat menghasilkan beberapa alternatif strategi yang dapat dijalankan dalam pengambilan keputusan untuk usaha dimasa depan agar dapat berkembang dan menyesuaikan lingkungan usaha. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usaha UMKM Cake Pisang Raja Impian Tuban memiliki kekuatan (*Strength*) 2,66, Kelemahan (*Weakness*) 0,61, Peluang (*Opportunity*) 2,10, dan ancaman (*Threats*) 0,72. Sehingga dalam diagram analisis SWOT UMKM Cake Pisang Raja Impian Tuban berada pada posisi kuadran 1 (satu) yang mendukung strategi agresif pada berbagai peluang dan kekuatan yang dimiliki.

Kata Kunci : Volume Penjualan, Strategi Pemasaran, Analisis SWOT

ABSTRACTION
ANALYSIS OF MARKETING STRATEGY IN INCREASING SALES
VOLUME AT UMKM
(Case Study in UMKM Cake Pisang Raja Impian Tuban)

Anggi Dian Lestari

Business Administration Study Program, Faculty of Social and Political Sciences
East Java “Veteran” National Development University
anggidianlestari2001@gmail.com

ABSTRACT

This study was conducted with the aim of knowing and analyzing the marketing strategy in increasing sales volume in the UMKM Cake Pisang Raja Raja Impian Tuban business. The sampling method was carried out by purposive sampling by analyzing the 7P marketing mix strategy (product, price, place, promotion, process, people, physical evidence) and STP (segmenting, targeting, and positioning) that had been implemented. This research was analysed using a descriptive method using SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunity, Threat). SWOT analysis is used to evaluate the strengths and weaknesses of the company's internal environment as well as the opportunities and threats that are the company's external environment. SWOT analysis can produce several alternative strategies that can be implemented in making decisions for future businesses in order to develop and adjust to the business environment. The results of this study indicate that the UMKM Raja Banana Cake Dream Tuban business has Strengths 2.66 , Weaknesses 0.61 , Opportunities 2.10 , and Threats 0.72 . So that in the SWOT analysis diagram the UMKM Pisang Raja Impian Tuban Cake is in quadrant 1 (one) position which supports aggressive strategies on the various opportunities and strengths it has.

Keywords: Sales Volume, Marketing Strategy, SWOT Analysis