

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM KACA UKIR “EKA JAYA GLASS ART”**

GILANG SIDOARJO

SKRIPSI



DISUSUN OLEH :

BRILIAN HANDIKA DARUS

NPM.17042010044

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2021

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : **“ STRATEGI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM KACA UKIR “EKA JAYA GLASS ART” GILANG SIDOARJO”**

Nama Mahasiswa : Brilian Handika Darus

NPM : 17042010044

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Dra. Lia Nirawati, M.Si

NIP. 196009241993032001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA
NIP. 19590701198703100

ABSTRAK

BRILIAN HANDIKA DARUS, 17042010044, STRATEGI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM KACA UKIR “EKA JAYA GLASS ART” GILANG SIDOARJO

UMKM merupakan bisnis yang bisa dikembangkan salah satunya yaitu kerajinan kaca ukir. Eka jaya glass art merupakan salah satu UMKM di kota sidoarjo yang memiliki produk yang unik. Penelitian ini dilakukan untuk mengembangkan UMKM kaca ukir sehingga dapat dikenal oleh masyarakat, dengan dilakukan Analisa bauran pemasaran 4P yang meliputi (product, price, place dan promotion). Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan analisi SWOT. Populasi dalam penelitian ini adalah pihak management dan konsumen UMKM kaca ukir. sampel yang dipilih oleh peneliti berjumlah 47 orang yang meliputi Owner, Sekretaris, Karyawan. Dengan menggunakan Teknik penarikan sample quota sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan jika analisis IFAS dan EFAS dari UMKM kaca ukir memiliki Skor kekuatan sebesar 2,08 dan skor kelemahan sebesar 1,01. Sedangkan untuk skor peluang sebesar 1,83 dan skor ancaman sebesar 0,87 yang menunjukkan posisi UMKM kaca ukir berada di kuadran I yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (growth oriented Strategi) untuk meningkatkan penjualan kaca ukir eka jaya glass art.

Kata kunci: Bauran pemasaran, Analisis SWOT, UMKM

ABSTRACT

UMKM is a business that can be developed, one of which is carved glass crafts. Eka Jaya Glass Art is one of the UMKM in the city of Sidoarjo which has unique products. This research was conducted to develop carved glass UMKM so that they could be recognized by the public, by conducting a 4P marketing mix analysis which includes (product, price, place and promotion). The method used in this research is by using a SWOT analysis. The population in this study were the management and consumers of carving glass UMKM. The sample chosen by the researcher amounted to 47 people including the owner, secretary, employees, and consumers. By using a quota sampling technique. The results of this study indicate that the IFAS and EFAS analysis of engraved glass UMKM has a strength score of 2.08 and a weakness score of 1.01. Meanwhile, the opportunity score is 1.83 and the threat score is 0.87, which indicates the position of engraved glass MSMEs is in quadrant I which supports an aggressive growth policy (growth oriented strategy) to increase sales of eka jaya glass art engraved glass.

Keywords: Marketing Mix, SWOT Analysis, UMKM

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-NYA sehingga telah diberikan kemudahan untuk menyelesaikan tugas laporan penelitian yang berjudul **“STRATEGI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM KACA UKIR “EKA JAYA GLASS ART” GILANG SIDOARJO”**

Terimakasih kepada dosen pembimbing Ibu Dra. Lia Nirawati M,Si selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktunya unttk penulis. Terimakasih yang tak terhingga penulis sampaikan yang telah memberi bimbingan, arahan, serta motivasi.

Pada kesempatan kali ini penulis juga menyampaikan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS,CHRA selaku dekan Fakultas Ilmu Soisal dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku Koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Soisal dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Ilmu Adminisrasi Bisnis Fakultas Ilmu Soisal dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan banyak ilmu selama ini.
4. Bapak H.Anang Lukman Hakim S.sos pemilik umkm kaca ukir “eka jaya glass

art” gilang sidoarjo

5. Sahabat dan Teman-teman Rani,Vtr-Squad yang telah mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
6. Ke dua orang tua penulis yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil dalam proses belajar penulis secara menyeluruh.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan skripsi ini.

Surabaya, 08 Maret 2021

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
BAB 1	13
PENDAHULUAN	13
1.1 LATAR BELAKANG	13
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian	18
1.4 Manfaat Penelitian	18
1.4.1 Tujuan Praktis	18
1.4.2 Manfaat Teoritis	18
BAB II	19
TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Penelitian Terdahulu	19
2.2 Landasan Teori	23
2.2.1 Strategi	23
2.2.1.1 Pengertian strategi	23
2.2.2 Pemasaran	24
2.2.2.1 Pengertian Pemasaran	24
2.2.2.2 Definisi Manajemen Pemasaran	26
2.2.2.3 Tujuan Pemasaran	27
2.2.2.4 Strategi Pemasaran	27
2.2.3 Bisnis	28
2.2.3.1 Definisi Bisnis	28
2.2.4 UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)	29
2.2.4.1 Pengertian UMKM	29
2.2.4.2 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	31
2.2.5 Analisis SWOT	32
2.2.5.1 Cara membuat analisis SWOT	33
2.2.6 Penjualan	34
2.2.7 Profit	35
2.2.8 Kerangka berfikir	36
BAB III	38

METODE PENELITIAN	38
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	38
3.3 Lokasi penelitian	38
3.4 Populasi,Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	38
3.4.1 Populasi	38
3.4.2 Sampel	39
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	39
3.5 Teknik pengumpulan data	40
3.6 Teknik Analisis Data	43
Internal Facktor Anlysis Summary (IFAS)	45
3.5Perhitungan Matriks IFAS dan EFAS	47
3.6.2 External Factor Analysis Summary (EFAS)	48
3.7 Analisis SWOT	50
3.7.1 Cara membuat analisis SWOT	50
BAB IV	52
HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1. Gambaran umum perusahaan	52
4.1.1 Sejarah UMKM Kaca Ukir Gilang Sidoarjo	52
4.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan	53
4.1.3. Penyajian Data	54
4.1.4. Srategi Bauran Pemasaran UMKM kaca ukir gilang sidoarjo	58
4.1.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	59
4.1.5.1. Uji Validitas	60
4.1.5.2. Uji Reliabilitas	61
4.1.6 Analisis SWOT	62
4.1.6.1 Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)	63
4.1.6.2 Factor Eksternal (Peluang dan Ancaman)	66
4.1.6.3 Diagram Analisis SWOT	70
Diagram Analisis SWOT	71
4.1.6.4 Matriks SWOT	71
Tabel 4.6	72
Matriks SWOT	72
4.2 Pembahasan	77
BAB V	79

KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1. Kesimpulan	79
5.2. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Analisis SWOT	33
Gambar 2.3 Kerangka Pikir	36
Diagram 3.7.1 Analisis SWOT	50
Gambar struktur organisasi	53
Hasil Analisis IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>)	63
Hasil Analisis EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>)	67
Rumusan Strategi Matriks SWOT	70
Gambar 4.6	71

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.3.....	63
Tabel 4.4.....	67
Tabel 4.5.....	70