

**PELAKSANAAN STRATEGI PEMASARAN YANG EFEKTIF BAGI UKM
GUNA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
PADA UD. BUDI LUHUR KOTA BLITAR**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat
Dalam Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Disusun Oleh:

Nama : Hilda Risalatul Lutfiana
NIM : 11211009
Dosen Pembimbing : Sandi Eka Suprajang. SE, MM

**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI KESUMA NEGARA
BLITAR
2015**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini dosen pembimbing dari,

Nama : **Hilda Risalatul Lutfiana**
NIM : 11211009
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen

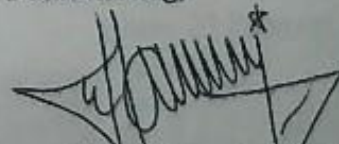
Judul Skripsi :

**PELAKSANAAN STRATEGI PEMASARAN YANG EFEKTIF BAGI UKM
GUNA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA UD. BUDI
LUHUR KOTA BLITAR**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini telah melalui proses bimbingan sejak tanggal 1 September 2014 sampai dengan 27 Februari 2015 dan memberikan persetujuan atas skripsi ini untuk diuji didepan dewan penguji skripsi.

Demikian, persetujuan ini saya berikan sebagai syarat untuk mengikuti Ujian Komprehensif bagi mahasiswa yang tersebut diatas.

Blitar, 27 Februari 2015
Pembimbing,



Sandi Eka Suprajang, SE., MM.

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : **Hilda Risalatul Lutfiana**
NIM : 11211009
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

PELAKSANAAN STRATEGI PEMASARAN YANG EFEKTIF BAGI UKM GUNA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA UD. BUDI LUHUR KOTA BLITAR

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya.

Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Blitar, 27 Februari 2015

Penulis,



Hilda Risalatul Lutfiana

UD. "BUDI LUHUR" KOTA BLITAR

Jln. Antasari No. 32 Rt. 01/02 Kel. Sentul, Kec. Kepanjenkidul, Kota Blitar

FAX / HP / TELP : (0342) 803337

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : H. Tohari

Jabatan : Pimpinan UD. Budi Luhur Kota Blitar

Dengan ini menerangkan bahwa yang tersebut dibawah ini :

Nama : Hilda Risalatul Lutfiana

NIM : 11211009

Jurusan : Manajemen

Sejak tanggal 5 September 2014 sampai dengan tanggal 5 November 2014 telah melakukan penelitian skripsi pada UD. Budi Luhur Kota Blitar untuk penyelesaian Skripsi dengan Judul "Pelaksanaan Strategi Pemasaran Yang Efektif Bagi UKM Guna Meningkatkan Volume Penjualan".

Demikian Surat Keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan oleh yang bersangkutan sebagaimana mestinya.

Blitar, 7 September 2014

UD. BUDI LUHUR
Pimpinan



(H. TOHARI)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

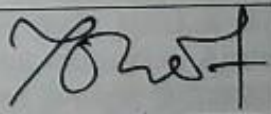
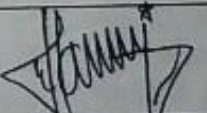
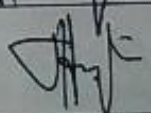
**PELAKSANAAN STRATEGI PEMASARAN YANG EFEKTIF BAGI UKM
GUNA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA UD. BUDI
LUHUR KOTA BLITAR**

Yang disusun oleh :

Nama : **Hilda Risalatul Lutfiana**
NIM : 11211009
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen

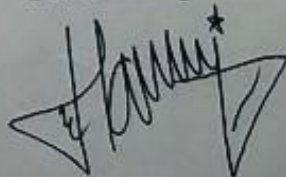
Telah diuji dan dinyatakan lulus pada

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

NO.	NAMA	KEDUDUKAN	TANDA TANGAN
1.	Iwan Setya Putra SE., Ak., MM.	Penguji I	
2.	Sandi Eka Suprajang, SE., MM.	Penguji II	
3.	Siti Sunrowiyati, SE., MM.	Penguji III	

Mengetahui,


Pembimbing



(Sandi Eka Suprajang, SE., MM)



Ketua Program Studi Manajemen



(Sandi Eka Suprajang, SE., MM)

ABSTRAKSI

PELAKSANAAN STRATEGI PEMASARAN YANG EFEKTIF BAGI UKM GUNA MENINGKAKAN VOLUME PENJUALAN

HILDA RISALATUL LUTFIANA – 11211009

Kata kunci : Strategi Pemasaran, UKM, Volume Penjualan

Di dalam dunia bisnis yang semakin berkembang, strategi pemasaran yang efektif perlu dilaksanakan atau diterapkan agar volume penjualan dapat meningkat. Disisi lain pun juga harus mengerti tentang langkah-langkah dalam melaksanakan strategi pemasaran yang efektif, khususnya bagi UKM. Sebuah UKM harus bisa bersaing dengan kompetitor lain agar tidak kalah bersaing dan mengakibatkan penjualan menurun, terutama kompetitor dengan unit produksi yang sama. Di Kawasan Pariwisata Makam Bung Karno Kota Blitar, kendang merupakan alat musik yang populer dan banyak digemari oleh berbagai kalangan, baik pengunjung lokal maupun manca negara. Namun, jika dalam hal pemasaran produknya saja tidak efektif, maka dipastikan volume penjualan pun bisa menurun. UD Budi Luhur merupakan UKM yang telah mengalami penurunan pada volume penjualan, karena strategi pemasaran yang dilakukan kurang efektif. UD. Budi Luhur ialah salah satu tempat yang memproduksi dan menjual kendang yang bertempat di Jalan Antasari No. 32 RT 01 RW 02 Kelurahan Sentul, Kecamatan Kepanjenkidul, Kota Blitar. UD. Budi Luhur perlu melaksanakan strategi pemasaran yang efektif, agar volume penjualan bisa meningkat. Analisa data yang digunakan ialah analisis SWOT untuk mengetahui *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threat* (ancaman). Strategi pemasaran yang efektif yang perlu dilaksanakan oleh UD. Budi Luhur ialah dengan melakukan pemasaran secara online seperti membuat website produk khusus dari UD. Budi Luhur agar bisa dikenal lebih luas, memberikan pelayanan yang maksimal dalam hal pengiriman barang dan mencari cara agar tidak terjadi keterlambatan pada saat pengiriman, melakukan inovasi produk agar produk yang dijual terlihat lebih menarik dan bervariasi, lalu mempertahankan kecepatan pelayanan konsumen, dan lebih mengutamakan pada kepuasan konsumen.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa, karena atas karunia-Nya dan kelimpahan berkat serta rahmat yang diberikan, hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PELAKSANAAN STRATEGI PEMASARAN YANG EFEKTIF BAGI UKM GUNA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada STIE Kesuma Negara Blitar.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Iwan Setya Putra SE., Ak., MM. Selaku Ketua Sekolah Tinggi Ekonomi Kesuma Negara Blitar.
2. Bapak Sandi Eka Suprajang SE., MM. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ekonomi Kesuma Negara Blitar dan selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan dan semangat bagi penulis dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak H. Tohari, selaku Pimpinan UD. Budi Luhur yang telah memperkenankan penulis meneliti di UD. Budi Luhur Kota Blitar.
4. Kepada seluruh karyawan UD. Budi Luhur Kota Blitar

5. Kepada seluruh pengajar dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar yang mengarahkan dan memberikan dorongan dan masukan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Kepada Keluarga besar penulis, Ayahku Drs. Isomudin Arief dan Ibuku Nanik, suamiku tersayang Edy Widodo, SH yang selalu memberi semangat dan dukungan yang sangat besar kepada penulis selama penulisan skripsi ini hingga selesai.
7. Kepada sahabat dan teman-teman penulis yang telah bersedia bertukar pendapat, memberi saran serta masukan dan juga memberi semangat kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.

Akhir kata, dengan harapan dan ucapan rasa syukur kepada Allah SWT dan Shalawat kepada Rasulullah SAW, penulis mengharapkan semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Blitar, Februari 2015

Hilda Risalatul Lutfiana

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan Skripsi	ii
Halaman Pernyataan keaslian	iii
Halaman Pengesahan	iv
Abstraksi	v
Kata Pengantar	vi
Daftar isi.....	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Permasalahan	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Kegunaan Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Hasil Penelitian Terdahulu.....	7
B. Teori Penelitian	12
1. Pengertian Strategi	12
2. Proses Manajemen Strategis.....	17
3. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	18
4. Konsep Pemasaran	25
5. Tujuan Pemasaran	25
6. Perencanaan Pemasaran	26
7. Strategi Pemasaran	27
8. Analisis SWOT	30
9. Strategi Pemasaran yang Efektif	36
10. Pengertian Volume Penjualan	38
11. Pengertian UKM (Usaha Kecil Menengah)	38
C. Hubungan Antar Variabel	39
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Definisi Operasional Variabel.....	41
B. Populasi Penelitian dan Sampel	41
C. Jenis Penelitian.....	42
D. Metode Pengumpulan Data.....	42
E. Teknik Analisa Data	43
F. Waktu dan Tempat Penelitian.....	44

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Data Perusahaan.....	45
B. Hasil Analisa Data	52
C. Analisis Pembahasan dan Hasil Pengujian Hipotesis	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	61
B. Saran	62
Daftar Pustaka	64

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 4.1	Tabel Penilaian Faktor-faktor Internal	49
Tabel 4.2	Tabel Penilaian Faktor-faktor Eksternal	50

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 4.1	Struktur Organisasi UD. Budi Luhur Kota Blitar	43
Gambar 4.2	Diagram SWOT	51

Diajukan Oleh

Nama : Hilda Risalatul Lutfiana
Nim : 11211009
Jurusan : Manajemen Pagi

JUDUL PENELITIAN SKRIPSI

Pelaksanaan Strategi Pemasaran yang efektif bagi UKM guna meningkatkan volume Penjualan pada UD. Budi Luhur Kota Blitar

RINGKASAN

Di jaman seperti sekarang ini, Industri perdagangan barang atau jasa, dituntut untuk melakukan strategi pemasaran yang efektif guna meningkatkan volume penjualan, dan meningkatkan penghasilan pada usahanya, terutama pada Usaha Kecil Menengah (UKM). Persaingan yang begitu ketat dan saling berkompetisi, merupakan sebuah alasan yang kuat kenapa industri perdagangan barang harus punya cara sendiri dalam memasarkan produk, dengan berbagai konsep maupun cara yang lebih efektif dan mampu meraup keuntungan lebih, disisi lain juga bisa menambah jumlah konsumen yang membeli maupun melakukan pesanan.

Industri perdagangan juga harus lebih kreatif dalam melakukan strategi pemasaran, mampu mengenali kelebihan dan kekurangan pesaing. Mampu menganalisis dan mengkoreksi bagaimana agar usaha nya tersebut maju.

Blitar, 07 April 2014

Persetujuan : Disetujui / Tidak Disetujui

Persetujuan,

Aris Sunandes, SE., MM
Ketua Jurusan Manajemen