

**ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PADA UMKM GALERI
ANARA DI KABUPATEN GARUT**

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar S. Bns.*



Disusun oleh :

DENIS SAFITRI

1909964

**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
KAMPUS TASIKMALAYA**

2023

**ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PADA UMKM GALERI
ANARA DI KABUPATEN GARUT**

Oleh
Denis Safitri

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Bisnis pada Prodi Kewirausahaan

© Denis Safitri 2023
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2023

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang,
difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang menyatakan dan bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Denis Safitri
NIM : 1909964
Program Studi : Kewirausahaan
Judul Tugas Akhir : **ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN
DALAM MENINGKATKANKAN PENJUALAN
PRODUK PADA UMKM GALERI ANARA DI
KABUPATEN GARUT**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk pada UMKM Galeri Anara di Kabupaten Garut” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pertanyaan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Tasikmalaya, 12 Agustus 2023

Yang menyatakan



Denis Safitri

NIM 1909964

Denis Safitri, 2023

**ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PADA
UMKM GALERI ANARA DI KABUPATEN GARUT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PADA UMKM GALERI
ANARA DI KABUPATEN GARUT**

Disetujui dan disahkan oleh:

Mengetahui,

Pembimbing I



Dr. Nandang, S.A.P., M.A.P

NIP. 196507041987031003

Pembimbing II



Arief Budiman, S.S., S.Sos., IMSMEs

NIP. 920171219841004101

Mengetahui

Ketua Program Studi Kewirausahaan



Azizah Fauziyah, S.Pd., M.Pd

NIP. 920171219910820201

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gambaran umum, dan rumusan strategi bauran pemasaran pada UMKM Galeri Anara dalam meningkatkan penjualan produk. Objek pada penelitian ini adalah UMKM Galeri Anara di Kabupaten Garut. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi, kuisisioner dan studi pustaka. Hasil dari penelitian ini adalah posisi Galeri Anara berada di posisi kudarannya I sehingga menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan bagi perusahaan tersebut untuk melakukan strategi agresif. Kemudian hasil faktor internal IFAS dan faktor eksternal EFAS didapatkan nilai tertinggi yaitu *strength* dan *opportunities* (SO) sebesar 4.10. Maka strategi yang tepat pada UMKM Galeri Anara yaitu menggunakan strategi SO (Agresif) dan membagi strategi pemasaran yang telah dirancang berdasarkan pada elemen bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat, dan promosi.

Kata kunci : strategi bauran pemasaran, analisis SWOT

ABSTRACT

This study aimed to determine the overall description and formulation of marketing mix strategies for Galeri Anara's SMEs in improving product sales. The object of this research is Galeri Anara's SMEs in Garut Regency. This research used a descriptive data analysis technique with a qualitative approach. The data collection methods used were interviews, observations, questionnaires, and literature reviews. The results of this study indicate that Galeri Anara is in position I, which suggests a very favorable situation for the company to implement aggressive strategies. Furthermore, the Internal Factor Analysis Summary (IFAS) and External Factor Analysis Summary (EFAS) revealed the highest values for strength and opportunities (SO) at 4.10. Therefore, the appropriate strategy for Galeri Anara's SMEs is to use the SO strategy (Aggressive) and tailor the marketing strategies based on the marketing mix elements, including product, price, place, and promotion.

Keyword : *marketing mix, SWOT analysis*

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji beserta syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Penulis secara khusus mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu. Penulis banyak menerima bimbingan, petunjuk dan bantuan serta dorongan dari berbagai pihak, baik secara moral maupun material. Hal tersebut sangat memberi kontribusi besar bagi penyusunan skripsi, diantaranya kepada :

1. Prof. Dr. M. Solehuddin, M.Pd., M.A. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia;
2. Dr. H. Heri Yusuf Muslihin, M.Pd. selaku Direktur Kampus Tasikmalaya Universitas Pendidikan Indonesia;
3. Azizah Fauziah, S.Pd., M.Pd. selaku Ketua Program Studi Kewirausahaan Kampus Tasikmalaya Universitas Pendidikan Indonesia;
4. Dr. Nandang, S.A.P., M.A.P. selaku dosen pembimbing I yang selalu memberikan arahan dan motivasi hingga selesainya penelitian dengan baik dan lancar;
5. Arief Budiman, S.S., S.Sos., IMSMEs. selaku dosen pembimbing II yang selalu memberikan arahan dan motivasi hingga selesainya penelitian dengan baik dan lancar;
6. Seluruh tenaga pengajar Program Studi Kewirausahaan Kampus Tasikmalaya Universitas Pendidikan Indonesia;
7. Kedua orang tua, Bapak Roni dan Ibu Lilis Sopiah yang selalu memberikan do'a, dukungan, dan semangat baik moral maupun material;
8. Ibu Ai selaku owner Galeri Anara yang telah membantu penulis pada saat melaksanakan penelitian pada objek Galeri Anara;
9. Kekasih tercinta, Asep Ikna yang telah menemani penulis dari awal, sejak semester pertama perkuliahan hingga sejauh ini. Penyelesaian skripsi ini menjadi salah satu bentuk komitmen penulis dalam menyierusi hubungan yang sedang kita perjuangkan bersama. Terima kasih atas segalanya;

Denis Safitri, 2023

ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PADA UMKM GALERI ANARA DI KABUPATEN GARUT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

10. Kawan-kawan dan lingkungan organisasi kampus yang menjadi tempat penulis mengembangkan dan menggali potensi diri untuk menjadi pribadi yang lebih baik;
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah berkontribusi dalam menyelesaikan studi ini.

Tasikmalaya, 12 Agustus 2023



Denis Safitri

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
UCAPAN TERIMAKASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Kegunaan Penelitian	4
1.5 Batasan Masalah	5

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Pustaka	6
2.1.1 Pemasaran	6
2.1.1.1 Konsep Pemasaran.....	6
2.1.1.2 Definisi Pemasaran.....	9
2.1.1.3 Fungsi – Fungsi Pemasaran	9
2.1.2 Strategi Bauran Pemasaran.....	12
2.1.2.1 Definisi Bauran Pemasaran	12
2.1.2.2 Indikator Bauran Pemasaran.....	12

Denis Safitri, 2023

ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PADA UMKM GALERI ANARA DI KABUPATEN GARUT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2.1.3 Analisis SWOT.....	13
2.1.3.1 Definisi Analisis SWOT.....	13
2.1.3.2 Elemen dalam Analisis SWOT.....	14
2.1.3.3 Kegunaan Analisis SWOT	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	15
2.3 Kerangka Pemikiran	22

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	24
3.2 Metode dan Desain Penelitian	24
3.2.1 Metode Penelitian	24
3.2.2 Desain Penelitian	24
3.3 Sumber dan Alat Pengumpulan Data.....	25
3.3.1 Sumber Penelitian	25
3.3.2 Alat Pengumpulan Data	26
3.4 Partisipan Penelitian	27
3.5 Tahapan Penelitian	27
3.5.1 Tahap Pra-Lapangan	27
3.5.2 Tahap Pelaksanaan.....	27
3.5.3 Tahap Analisis Data melalui Analisis SWOT	27
3.5.4 Membuat Matriks IFAS EFAS	28
3.5.5 Membuat Diagram SWOT	31
3.5.6 Membuat Matriks SWOT	32

3.6 Teknik Analisis Data	33
3.7 Waktu dan Jadwal Penelitian.....	34

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum.....	36
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	36
4.1.2 Gambaran Strategi Bauran Pemasaran pada Galeri Anara	37
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	39
4.2.1 Identifikasi SWOT	39
4.2.2 Matriks IFAS dan EFAS	44
4.2.3 Diagram SWOT	46
4.2.4 Matriks SWOT	47
4.2.5 Formulasi Strategi Bauran Pemasaran	50

BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

5.1 Simpulan	52
5.2 Implikasi	53
5.3 Saran	53

DAFTAR PUSTAKA	55
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	59
----------------------	-----------

RIWAYAT HIDUP	96
----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 4.1 SWOT Galeri Anara.....	43
Tabel 4.2 Matriks IFAS Galeri Anara.....	44
Tabel 4.3 Matriks EFAS Galeri Anara.....	45
Tabel 4.4 Perhitungan Matriks SWOT	47
Tabel 4.5 Matriks SWOT	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Produk	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 3.1 Diagram Analisis SWOT	31
Gambar 3.2 Matriks SWOT	32
Gambar 3.3 Alur Penelitian... ..	33
Gambar 3.4 Proses Analisis Data Penelitian Kualitatif	33
Gambar 4.1 Logo Galeri Anara.....	36
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Galeri Anara	37
Gambar 4.3 Diagram SWOT	46