

**STRATEGI PEMASARAN FIGURA KAYU PAK KEMAT DI
KOTA MAGELANG: INTEGRASI BAURAN PEMASARAN 5P
DAN ANALISIS SWOT UNTUK MENINGKATKAN
DAYA SAING**

Skripsi

*Diajukan Sebagai Bagian Dari Pernyataan Untuk Mendapatkan
Gelar S.Bns.*



**Disusun Oleh:
Wing Ali Bagio
2003984**

**PROGRAM STUDI S-1 KEWIRAUSAHAAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
KAMPUS TASIKMALAYA
2024**

**STRATEGI PEMASARAN FIGURA KAYU PAK KEMAT DI KOTA
MAGELANG: INTEGRASI BAURAN PEMASARAN 5P DAN ANALISIS
SWOT UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING**

Oleh
Wing Ali Bagio

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Bisnis pada Program Studi Kewirausahaan Kampus Tasikmalaya

© Wing Ali Bagio
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2024

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dan di cetak ulang,
di fotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari peneliti

LEMBAR PENGESAHAN

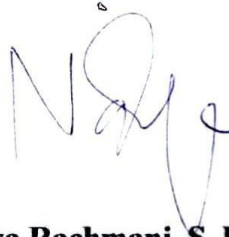
**STRATEGI PEMASARAN FIGURA KAYU PAK KEMAT DI KOTA
MAGELANG: INTEGRASI BAURAN PEMASARAN 5P DAN ANALISIS
SWOT UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING**

Disetujui dan disahkan oleh Pembimbing:
Dosen Pembimbing I,



Dr. Nandang, S.A.P., M.A.P
NIP.196507041987031003

Dosen Pembimbing II,



Nizza Nadya Rachmani, S. Hut., M.M.
NIP. 920200419920802201

Diketahui,
Ketua Program Studi Kewirausahaan



Azizah Fauziah, S.Pd., M.Pd.
NIP. 920171219910820201

ABSTRAK

Kehadiran produk pigura yang terbuat dari *fiber* atau plastik menjadi pesaing yang cukup ketat bagi Pigura Kayu Pak Kemat, sehingga menyebabkan perusahaan mengalami penurunan penjualan dari Bulan Januari-Juni 2024 . Maka dari itu, melalui penelitian ini ditujukan untuk mengetahui identifikasi bauran pemasaran (*marketing mix*) 5P dan membuat rumusan strategi pemasaran menggunakan pendekatan analisis SWOT pada Pigura Kayu Pak Kemat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode pengumpulan data menggunakan metode observasi, kuesioner, wawancara, kajian pustaka, dan dokumentasi. Hasil penemuan penelitian setelah melakukan identifikasi bauran pemasaran dan analisis SWOT terdapat tujuh rumusan strategi pemasaran untuk mengatasi permasalahan, yaitu pembuatan akun Instagram dan akun TikTok, membuat *brand guidelines*, membuat perencanaan konten, membuat analisis pesaing, membuat laman *website*, membuat inovasi produk, dan membuat data *stock opname*. Hasil yang didapatkan setelah melakukan implementasi rumusan strategi pemasaran yaitu adanya peningkatan pendapatan daripada bulan sebelumnya, dengan peningkatan dari Rp500.000 pada bulan Juni menjadi Rp600.000 pada bulan Juli 2024.

Kata Kunci: Bauran pemasaran, analisis SWOT, strategi pemasaran

ABSTRACT

The presence of frame products made from fiber or plastic has become a significant competitor to Pigura Kayu Pak Kemat, resulting in a decline in sales from January to June 2024. Therefore, this research aims to identify the marketing mix 5P and formulate marketing strategies using the SWOT analysis approach for Pigura Kayu Pak Kemat. This study employs a qualitative method with a case study approach. The data collection methods include observation, questionnaires, interviews, literature reviews, and documentation. The research findings after identifying the marketing mix and conducting SWOT analysis revealed seven strategic marketing resolutions to address the issues, namely creating Instagram and TikTok accounts, developing brand guidelines, planning content, conducting competitor analysis, creating a website, product innovation, and stock data management. The results obtained after implementing these marketing strategies showed an increase in revenue compared to the previous month, with an increase from Rp500,000 in June to Rp600,000 in July 2024.

Keywords: *Marketing mix, SWOT analysis, marketing strategy*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat/Signifikan Penelitian.....	8
BAB II.....	9
KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Kajian Pustaka.....	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 Strategi Pemasaran.....	11
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	22
2.1.4 <i>Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats (SWOT)</i>	34
2.2 Penelitian Terdahulu.....	42
2.3 Kerangka Pemikiran	48
BAB III METODE PENELITIAN.....	51
3.1 Objek Penelitian	51
3.2 Metode dan Desain Penelitian.....	51
3.2.1 Metode Penelitian	51
3.2.2 Desain Penelitian	52
3.3 Prosedur Penelitian.....	53
3.4 Teknik Analisis Data	55
3.4.1 Sumber Data	55
3.4.2 Alat Pengumpulan Data Penelitian.....	56

3.5 Alat Analisis Data.....	57
3.6 Rancangan Analisis Data.....	57
3.7 Partisipan Penelitian	58
3.8 Waktu dan Jadwal Penelitian.....	58
BAB IV PEMBAHASAN.....	60
4.1. Gambaran Umum Pigura Kayu Pak Kemat di Kota Magelang.....	60
4.1.1. Profil Pigura Kayu Pak Kemat di Kota Magelang.....	60
4.2 Hasil dan Pembahasan Penelitian	61
4.2.1 Identifikasi Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) pada Pigura Kayu Pak Kemat di Kota Magelang	61
4.2.2 Rumusan Strategi Pemasaran pada Pigura Kayu Pak Kemat Menggunakan Analisis SWOT	75
4.2.3 Tahap Implementasi Rumusan Strategi Pemasaran pada Pigura Kayu Pak Kemat.....	91
4.2.4 Hasil Implementasi Rumusan Strategi Pemasaran Pada Pigura Kayu Pak Kemat.....	102
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI.....	110
5.1 Kesimpulan.....	110
5.2 Implikasi	112
5.3 Rekomendasi	113
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	121
RIWAYAT HIDUP.....	139

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pendapatan Pigura Kayu Pak Kemat Januari-Juni 2024.....	3
Tabel 2. 1 Matriks Internal Factor Analysis Summary	39
Tabel 2. 2 Matriks External Factor Analysis Summary	39
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu	42
Tabel 4. 1 Identifikasi SWOT Pigura Kayu Pak Kemat	80
Tabel 4. 2 Matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS).....	81
Tabel 4. 3 Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFAS)	82
Tabel 4. 4 Analisis Matriks SWOT.....	85
Tabel 4. 5 Pendapatan Pigura Kayu Pak Kemat Januari-Juni 2024.....	91
Tabel 4. 6 Analisis Pesaing di Aplikasi Instagram.....	94
Tabel 4. 7 Analisis Pesaing di Aplikasi TikTok	94
Tabel 4. 8 Inovasi Produk	100
Tabel 4. 9 Data stock opname	102
Tabel 4. 10 Pendapatan Pada Tahun Januari-Juli 2024.....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Matriks Internal-External	40
Gambar 2. 2 Diagram SWOT.....	40
Gambar 2.3 Matriks SWOT	42
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran	50
Gambar 3.1 Prosedur Penelitian.....	54
Gambar 3.2 Elemen-Elemen SWOT.....	57
Gambar 4.1 Logo Pigura Kayu Pak Kemat.....	60
Gambar 4.2 Matriks Internal – External (IE).....	84
Gambar 4.3 Diagram SWOT Pigura Kayu Pak Kemat.....	85
Gambar 4.4 Collor Pallete.....	91
Gambar 4.5 Tema desain di akun @pigura_pakkemat	92
Gambar 4.6 Logo Pigura Kayu Pak Kemat.....	92
Gambar 4.7 Kalender Konten	93
Gambar 4.8 Instagram akun @pigura_pakkemat.....	95
Gambar 4.9 Postingan Instagram Story di @pigura_pakkemat.....	96
Gambar 4.10 postingan feeds di akun @pigura_pakkemat.....	96
Gambar 4.11 konten reels di akun @pigura_pakkemat	97
Gambar 4.12 Bio TikTok @pigura_pakkemat.....	97
Gambar 4.13 content TikTok feeds di akun @pigura_pakkemat	98
Gambar 4.14 TikTok Stories di akun @pigura_pakkemat	98
Gambar 4.15 Laman website Pigura Kayu Pak Kemat.....	98
Gambar 4.16 Akun yang dijangkau oleh konten @pigura_pakkemat	107
Gambar 4.17 Aktivitas profil di akun @pigura_pakkemat	107
Gambar 4.18 Aktivitas profil di akun @pigura_pakkemat	108
Gambar 4.19 Penonton di akun @pigura_pakkemat	109

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Herawati, A. (2018). Pengaruh bauran pemasaran (7p) terhadap pengambilan keputusan siswa dalam memilih sekolah berbasis entrepreneur (studi pada SMA muhammadiyah 9 Surabaya). *Junal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi*, 2(2), 309–325.
- Anjayani, R. P., & Febriyanti, I. R. (2022). Analisis strategi bauran pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan (studi pada UMKM YJS Sukabumi). *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(9), 3610–3617.
- Bernard H. Booms, & Mary Jo Bitner. (1981). *Marketing strategies and organization structures for service firms*. McGraw Hill.
- Bilson Simamora. (2001). *Memenangkan pasar dengan Pemasaran efektif dan profitabel*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Bogdan, & Taylor. (1992). *Pengantar metode penelitian kualitatif*. Usaha Nasional.
- Creswell, J. W. (2012). *Desain penelitian Kualitatif, kuantitatif, dan campuran*. Pustaka Pelajar.
- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., Jamil, S. H., Nainggolan, H. L., Anantadjaya, S. P. D., & Nugroho, A. (2023). *Strategi pemasaran*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Daryanto. (2011). *Manajemen pemasaran*. CV. Yrama Widya.
- Ditrisoni, B. (2022). *Analisis bauran pemasaran rumah makan family setia di Pekanbaru*. [Tesis, Universitas Islam Riau]. Repository Universitas Islam Riau <http://repository.uir.ac.id/id/eprint/16626>
- Dwijayanto, A., & Widodo, A. (2020). Pengaruh bauran 8P terhadap keputusan pembelian coffee shop kopi kenangan Bandung. *EProceedings of Management*, 7(3), 6192–6203.
- Effendy, A. A. (2019). Analisis bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan azka toys Pamulang Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF)*, 1(1), 66–82.
- Ernestivita, G. (2016). Analisis pengaruh place, promotion, dan people terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian produk pasar modal dengan menggunakan jasa equity brokerage di PT sucorinvers central gani cabang Kediri. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 1(2), 10–20.

- F, R. (2014). *Teknik membedah kasus bisnis analisis SWOT*. PT Gramedia Group.
- Farida, A. N. (2023). Pengaruh stock opname setiap bulan terhadap pengendalian obat oral kedaluwarsa di logistik farmasi RSI hasanah muhammadiyah Mojokerto periode januari–maret 2023. *AFAMEDIS*, 4(2), 132–137.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran jasa: strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan*. Deepublish.
- Fl. Titik Wijayanti. (2017). *Marketing plan dalam bisnis*. Elex Media Komputindo.
- Fred, D. R. (2009). *Manajemen strategis konsep*. Salemba Empat.
- Fred R. David. (2011). *Manajemen strategis*. Salemba Empat.
- Friesner, T. (2010). *History of SWOT analysis*.
- G. Chandra. (2002). *Strategi & program pemasaran*. Andi Offset.
- Galavan. (2004). *Doing business strategy*. Oak Tree Press.
- Gugup, K. (2011). *Pengantar bisnis*. BPFE.
- Gunawan, G. L. C. (2020). Bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 5(2), 166–175.
- Harini, S., Silaningsih, E., & Putri, M. E. (2022). Pengaruh orientasi pasar, kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 67.
- Hery. (2019). *Manajemen kinerja*. PT Grasindo.
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu). *Solusi*, 19(1).
- Hikma Niar, Putu Pande R. Aprilyani Dewi, Ketut Tanti Kustina, Veronika Nugraheni Sri Lestari, Agusthina Risambessy, Yosie Gabriela Panjaitan, Gine Das Prena, Silfiena Siahainenia, Sudarijati, Nuraisyiah, Untung Eko Setyasari, Teri, A. Rasyid Rahman, Novalien Carolina Lewaherilla, Mesri Welhelmina Nisriani Manafe, Margarethy Rohanie Mbado, Maludin Panjaitan, Dian Artanti Arubusman, Ni Putu Budiadnyani, & Mustika Sari. (2023). *Etika bisnis (dinamika persaingan usaha)*. Media Sains Indonesia.
- Indrasari. (2019). *Pemasaran dan kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.

- Indriastuty, N., Sukimin, S., & Chayrunina, S. (2023). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian masker organik albamask pada store warzuqinshop Balikpapan. *Jurnal GeoEkonomi*, 14(1), 39–50.
- Išoraitė, M. (2016). Marketing mix theoretical aspects. *International Journal of Research-Granthaalayah*, 4(6), 25–37.
- John W. Creswell. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage Publications.
- Kasmir. (2010). *Manajemen perbankan*. Rajawali.
- Kotler, & Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kuncoro, M. (2003). *Metode riset untuk bisnis & ekonomi: bagaimana meneliti & menulis tesis*. PT. Gelora Aksara Pratama.
- Kuncoro Mudrajad. (2005). *Strategi bagaimana meraih keunggulan kompetitif*. Erlangga.
- Lovelock, C., Wirtz, J., & Mussry, J. (2010). *Pemasaran jasa manusia, teknologi, strategi*. Erlangga.
- Lupiyoadi. (2014). *Manajemen pemasaran jasa*. Salemba Empat.
- Lupiyoadi, & Hamdani. (2006). *Manajemen pemasaran jasa*. Salembaa Empat.
- Martha, E., & Kresno, S. (2016). *Metodologi penelitian kualitatif untuk bidang kesehatan*. RajaGrafindo Persada.
- Martini, L. K. B., & Dewi, L. K. C. (2021). Pengaruh media promosi tiktok terhadap keputusan pembelian konsumen. *Universitas Triatma Mulya* , 38–54. <https://ojs.stimihandayani.ac.id/index.php/PROSIDING/article/view/441>
- Muhammad, M., & Tempola, F. (2023). Pemanfaatan teknologi website sebagai media promosi hasil BUMDes. *Renata: Jurnal Pengabdian Masyarakat Kita Semua*, 1(1), 21–25.
- Muhammad Yusuf Saleh, & Said Miah. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. CV Sah Media.
- Nasution, M. , N. (2005). *Total quality management*. PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Nugroho, T. A., & Azzahra, F. C. (2022). Pemanfaatan instagram sebagai media promosi social commerce usaha bro.do. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 136–149.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2015). *How to create products and services customers want*. John Wiley & Sons.
- Panji Anoraga. (2000). *Manajemen bisnis*. PT Rineka Cipta.
- Philip, K., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen pemasaran*. Erlangga.
- Philip Kotler. (2008). *Manajemen pemasaran*. Prenhallindo.
- Philip Kotler. (2012). *Manajemen pemasaran*. Rajawali.
- Philip Kotler, & Gary Armstrong. (2016). *Dasar-dasar pemasaran*. Erlangga.
- Philip Kotler, & Gary Armstrong. (2018). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Philip Kotler, & Gary Armstrong. (2020). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education Limited.
- Philip Kotler, Gary Armstrong, & Kevin Lane Keller. (2017). *Principles of marketing*. Pearson Education.
- Philip Kotler, & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen pemasaran* (12th ed.). PT Indeks.
- Philip Kotler, & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing management*. Pearson Education Limited.
- Pramezwarly, A., Djakasaputra, A., & Tarigan, S. A. (2022). *Dasar-dasar Pemasaran*. Penerbit NEM.
- Pruskus, V. (2015). Political marketing in the context of communication: The concept, functions and tools. *Santalka: Filosofija, Komunikacija*, 23(2), 149–158.
- Ramadhan, A., & Sofiyah, F. R. (2013). Analisis SWOT sebagai landasan dalam menentukan strategi pemasaran (studi McDonald's Ring Road). *Jurnal Media Informasi Manajemen*, 1(4), 1–10.
- Rangkuti, F. (2017). *Analisis SWOT: teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ricko, R., & Junaidi, A. (2019). Analisis strategi konten dalam meraih engagement pada media sosial youtube (studi kasus froyonion). *Prologia*, 3(1), 231–237.
- Rohwiyati, R., & Sulistya, S. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee (studi kasus pada

- masyarakat Solo raya tahun 2022). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Mutiara Madani*, 9(2), 158–169.
- Saladin, D. (2016). *Manajemen pemasaran*. Linda Karya.
- Sari, I. P., Anindita, R., & Setyowati, P. B. (2018). Pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, tempat dan promosi) terhadap kepuasan pelanggan berubah menjadi loyalitas pelanggan pada coldplay juice soji. *Jurnal Ilmiah Bisnis.*, 29(2), 57–64.
- Setiyana, Y., & Widayarsi, S. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Gaya Hidup terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Honda Vario (Studi Pada Dealer CM Jaya Kota Rembang)*. [Tesis, Universitas Stikubank]. Repository Universitas Stikubank.
<https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/sendu/article/view/7337>
- Setyo, P. E. (2016). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen “best autoworks”. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.
- Sianturi, R. D. (2020). Manajemen pemasaran menggunakan analisis SWOT pada UMKM guna meningkatkan daya saing UMKM. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 45–50.
- Sofyan Assauri. (2013a). *Manajemen pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Sofyan Assauri. (2013b). *Manajemen pemasaran dasar, konsep, dan strategi*. PT Grafindo Persada.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1997). Dasar-dasar penelitian kualitatif, prosedur, teknik dan teori grounded. *Surabaya: PT. Bina Ilmu*.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunarto. (2006). *Marketing in practice*. Ust. Press.
- Suparyanto, R. W., & Rosad. (2015). *Manajemen pemasaran*. In Media.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa (prinsip, penerapan, penelitian)*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. & C. G. (2012). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). Service, quality dan satisfaction. In *Yogyakarta: Andi Offset*. Andi Offset.
- Trisliatanto, D. (2020). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- Wariyanti, S. (2021). *Analisis bauran pemasaran terhadap tingkat penjualan roti al mustafa (study home industry roti al mustafa ganjar asri Metro Barat)*. [Tesis, IAIN

Metro]. Repository IAIN Metro.
<https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/4238>

Wijayati, H. (2019). *Panduan Analisis SWOT untuk Kesuksesan Bisnis: jangan buat strategi bisnis sebelum baca buku ini*. Anak Hebat Indonesia.

Yusanto, M. I. (2002). *Menggagas bisnis islam*. Gema Insani Press.

Zeithaml, B. & Gremler. (2013). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm (6th ed.)*. McGrawhill.

Zeithmal, B. P. (2015). *Dimensi kualitas jasa*. Caps.