

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN
PUPUK ORGANIK PUMAKKAL**

SKRIPSI



OLEH

ANDRI APRIYANTO

17610098

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

2022



**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN
PUPUK ORGANIK PUMAKKAL**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

Oleh :

ANDRI APRIYANTO

17610098

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

2022

ABSTRAK

Andri Apriyanto. 2021. *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pupuk Organik Pumakkal* Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Dr. H. Febriyanto S.E.,M.M. (2) Sri Retnaning Rahayu, S.E.,M.M.

Pupuk organik merupakan pupuk yang berasal dari berbagai bahan pembuat pupuk alami seperti kotoran hewan, bagian tubuh hewan, tumbuhan, yang kaya akan mineral serta baik untuk pemanfaatan penyuburan tanah. Pupuk Pumakkal adalah salah satu dari pupuk organik yang dikembangkan oleh PT Pumahitari untuk meningkatkan produksi pada sektor pertanian dan mencegah degradasi lahan. Sumber bahan pupuk organik sangat beranekaragam, seperti pupuk organik Pumakkal yang bahan pembuatannya memanfaatkan limbah nanas. Hal ini bertujuan untuk mendaur ulang limbah nanas sehingga membantu mengurangi pencemaran lingkungan dari limbah tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pupuk organik Pumakkal. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penerapan strategi pemasaran sangat berperan dalam meningkatkan penjualan pada Pupuk Organik Pumakkal. Dalam penerapan strategi pemasaran Pupuk Organik Pumakkal saat ini telah menerapkan tiga komponen dalam teori strategi pemasaran yaitu *segmentasi*, *targeting*, dan *positioning*. Namun penerapan strategi pemasaran Pupuk Organik Pumakkal ini belum optimal pada komponen *targeting* dan *positioning*, sehingga belum mampu meningkatkan penjualan. Hasil dari penelitian menggunakan Matrik SWOT PT. Pumahitari mampu memanfaatkan peluang yang ada dengan kekuatan yang dimiliki, hal ini baik bagi perusahaan untuk mengurangi kelemahan dan meminimalisir ancaman agar dapat meningkatkan penjualan. selain itu juga dapat disimpulkan beberapa pengembangan melalui pertimbangan faktor internal dan faktor eksternal perusahaan yang dapat bermanfaat bagi kemajuan PT. Pumahitari.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Meningkatkan Penjualan Pupuk Organik Pumakkal

ABSTRACT

Andri Apriyanto. 2021. Marketing Strategy to Increase Sales of Pumakkal Organic Fertilizer Management Study Program, Faculty of Economics and Business. University of Muhammadiyah Metro. Supervisor (1) Dr. H. Febriyanto S.E., M.M. (2) Sri Retnaning Rahayu, S.E., M.M.

Organic fertilizers are fertilizers that come from various materials for making natural fertilizers such as animal manure, animal body parts, plants, which are rich in minerals and are good for the use of soil enrichment. Pumakkal fertilizer is one of the organic fertilizers developed by PT Pumahitari to increase production in the agricultural sector and prevent land degradation. Sources of organic fertilizer materials are very diverse, such as Pumakkal organic fertilizer which is made using pineapple waste. It aims to recycle pineapple waste so as to help reduce environmental pollution from the waste. This study aimed to determine the marketing strategy to increase sales of Pumakkal organic fertilizer. The method used in this research was descriptive with a qualitative approach. The implementation of marketing strategy played a very important role in increasing sales of Pumakkal Organic Fertilizer. In implementing the marketing strategy of Pumakkal Organic Fertilizer, currently, three components in the theory of marketing strategy had been implemented, namely segmentation, targeting, and positioning. However, the implementation of Pumakkal's Organic Fertilizer marketing strategy had not been optimal in the targeting and positioning components, so it had not been able to increase sales. The results of the research using the SWOT Matrix of PT. Pumahitari was able to take advantage of existing opportunities with its strengths, this was good for the company to reduce weaknesses and minimize threats in order to increase sales. besides that, it can also be concluded that several developments through consideration of internal factors and external factors of the company can be beneficial for the progress of PT. Pumahitari.

Keywords: *Marketing Strategy, Increasing Pumakkal Organic Fertilizer Sales*

RINGKASAN

Andri Apriyanto. 2021. *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pupuk Organik Pumakkal* Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Dr. H. Febriyanto S.E.,M.M. (2) Sri Retnaning Rahayu, S.E.,M.M.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Meningkatkan Penjualan Pupuk Organik Pumakkal

Pupuk organik merupakan pupuk yang berasal dari berbagai bahan pembuat pupuk alami seperti kotoran hewan, bagian tubuh hewan, tumbuhan, yang kaya akan mineral serta baik untuk pemanfaatan penyuburan tanah. Pupuk Pumakkal adalah salah satu dari pupuk organik yang dikembangkan oleh PT Pumahitari untuk meningkatkan produksi pada sektor pertanian dan mencegah degradasi lahan. Sumber bahan pupuk organik sangat beranekaragam, seperti pupuk organik Pumakkal yang bahan pembuatannya memanfaatkan limbah nanas. Hal ini bertujuan untuk mendaur ulang limbah nanas sehingga membantu mengurangi pencemaran lingkungan dari limbah tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pupuk organik Pumakkal. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif di mana data kualitatif tidak dinyatakan dalam bentuk angka atau bilangan. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif adalah analisis data untuk meringkas dan mendeskripsikan data-data yang akurat agar mudah untuk diinterpretasikan.

Penerapan strategi pemasaran sangat berperan dalam meningkatkan penjualan pada Pupuk Organik Pumakkal. Dalam penerapan strategi pemasaran Pupuk Organik Pumakkal saat ini telah menerapkan tiga komponen dalam teori strategi pemasaran yaitu *segmentasi*, *targeting*, dan *positioning*. Namun penerapan strategi pemasaran Pupuk Organik Pumakkal ini belum optimal pada komponen *targeting* dan *positioning*, sehingga belum mampu meningkatkan penjualan.

Hasil dari penelitian menggunakan Matrik SWOT PT. Pumahitari mampu memanfaatkan peluang yang ada dengan kekuatan yang dimiliki, hal ini baik bagi perusahaan untuk mengurangi kelemahan dan meminimalisir ancaman agar dapat meningkatkan penjualan. Selain itu juga dapat disimpulkan beberapa pengembangan melalui pertimbangan faktor internal dan faktor eksternal perusahaan yang dapat bermanfaat bagi kemajuan PT. Pumahitari.

PERSETUJUAN

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PUPUK
ORGANIK PUMAKKAL**

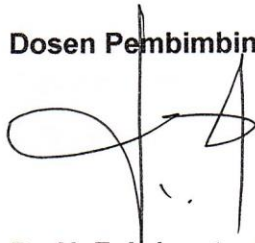
SKRIPSI

ANDRI APRIYANTO

17610098

Telah Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I



Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN. 0223027901

Dosen Pembimbing II



Sri Retnaning Rahayu, S.E., M.M.
NIDN. 0227067602

Mengetahui :

Kaprodi S1 Manajemen



Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN. 0223027901

PENGESAHAN

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PUPUK
ORGANIK PUMAKKAL**

ANDRI APRIYANTO

17610098

Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus

Hari :
Tanggal :
Tempat Ujian :
Tim Penguji,



Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN. 0223027901

Ketua Penguji



Sri Retnaning Rahayu, S.E., M.M.
NIDN. 0227067602

Sekretaris



Hi. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801

Penguji Utama

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi**



H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801

MOTTO

Jangan berhenti jadi baik “barang siapa mengerjakan kebaikan seberat zaarah pun, niscaya dia akan melihat (balasan) nya.”

(QS. Az-Zalzalah : 7)

“Sesungguhnya beserta kesulitan itu pasti ada kemudahan.”

(QS. Al-Insyirah : 6)

PERSEMBAHAN

Sujud syukurku kusembahkan kepadaMu ya Allah, Tuhan Yang Maha Agung dan Maha Tinggi. Atas takdirmu saya bisa menjadi pribadi yang berpikir, berilmu, beriman dan bersabar. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depanku, dalam meraih cita-cita saya. Dengan telah diselesaikannya Skripsi ini Penulis mempersembahkannya kepada:

1. Ibunda Tutiati ayahanda Suparno, teristimewa ku persembahkan kepada kedua orang tuaku tercinta dan tersayang yang telah mendidik, merawat dan menyayangiku dengan penuh kasih sayang yang tidak akan terganti, senantiasa memberi keteduhan dalam hidupku dan tidak henti-hentinya selalu memberikan do'a serta dukungan tanpa lelah demi keberhasilan studiku.
2. Terimakasih selanjutnya untuk diri sendiri sebagai anak tunggal yang luar biasa dalam memanjatkan doa dan dukungan yang tanpa henti. Yang selama ini sudah menjadi kuat dan berjuang hingga akhirnya skripsi selesai.
3. Alamater Universitas Muhammadiyah Metro.
4. Kepada teman, sahabat, sodaraku, grub kriwikan dan pacar saya yang telah memberi dukungan dan dorongan sekaligus motifasi yang telah mereka berikan kepada saya sehingga saya menjadi lebih giat dan rajin dalam mengerjakan skripsi hingga selesai.
5. Teman-teman seperjuangan manajemen angkatan 2017.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji syukur penulis ucapkan pada kehadiran Allah SWT yang telah memberi rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pupuk Organik Pumakkal”**. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menempuh Ujian Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Metro.

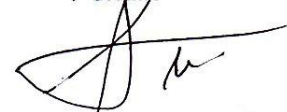
Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapat bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, baik moril maupun materil, sehingga skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan. Dengan terselesaikannya penyusunan skripsi penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd. Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. H. Suwanto, S.E., M.M. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M., Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro, sekaligus selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan selama menyusun Skripsi ini
4. Sri Retnaning Rahayu. S.E., M.M. Selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama menyusun Skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Manajemen, yang telah memberikan bimbingan dan ilmu kepada penulis.
6. Rekan seangkatan dan pihak-pihak terkait yang telah banyak membantu.

Penulis menyadari akan keterbatasan pengetahuan, keterampilan dan kekurangan dalam pembuatan Skripsi. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangatlah diharapkan untuk menyempurnakan kekurangan dalam pembuatan ini.

Metro, Oktober 2021

Penulis



Andri Apriyanto
NPM. 17610098

SURAT PERNYATAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ANDRI APRIYANTO

NPM : 17610098

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Judul : Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pupuk
Organik Pumakkal

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam skripsi ini sebagaimana disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia dikenai sanksi sesuai dengan hukum yang berlaku.

Metro, Oktober 2021

Yang membuat pernyataan,



Andri Apriyanto
NPM.17610098



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO



SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

Nomor: 2645/II.3.AU/F/UPI-UK/2022

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

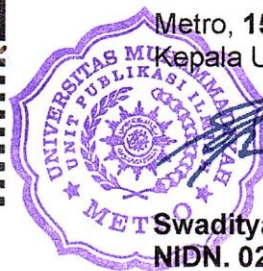
Nama : ANDRI APRIYANTO
NPM : 17610098
Jenis Dokumen : SKRIPSI

JUDUL:

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN
PUKUP ORGANIK PUMAKKAL**

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen yang telah diperiksa dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 15 Februari 2022
Kepala Unit,

Swaditya Rizki, S.Si., M.Sc.
NIDN. 0224018703

Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No. 116
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota
Metro, Lampung, Indonesia

Website: www.upi.ummetro.ac.id
E-mail: upi@ummetro.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	
LOGO.....	
HALAMAN JUDUL.....	
ABSTRAK.....	
ABSTRACT.....	
RINGKASAN.....	
PERSETUJUAN.....	
PENGESAHAN.....	
MOTTO.....	
PERSEMBAHAN.....	
KATA PENGANTAR.....	
SURAT PERNYATAAN.....	
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN.....	
DAFTAR ISI.....	
DAFTAR TABEL.....	
DAFTAR GAMBAR.....	
DAFTAR LAMPIRAN.....	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Lokasi Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN LITERATUR	
A. Manajemen Pemasaran.....	6
B. Analisis SWOT.....	6
1. Pengertian Swot.....	6
2. Komponen-komponen Analisis SWOT.....	7
3. Faktor Eksternal dan Internal dalam Perspektif SWOT.....	8
4. Model Analisis SWOT.....	9
C. Strategi Pemasaran.....	9
1. Pengertian Strategi.....	9
2. Pengertian Pemasaran.....	10
3. Pengertian Strategi Pemasaran.....	10
4. Prinsip-prinsip Strategi.....	11
5. Unsur-unsur Strategi Pemasaran.....	12
6. Perumusan Strategi Pemasaran.....	13
7. Perencanaan Strategi Pemasaran.....	14
8. Segmentasi Pasar.....	15
9. Target Pasar.....	15
10. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	16
D. Penjualan.....	19

1. Pengertian Penjualan.....	19
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan	20
3. Tujuan Penjualan	21
4. Jenis-jenis Penjualan	21
E. Pupuk Organik	22
1. Pengertian Pupuk Organik.....	22
2. Manfaat Pupuk Organik	23
F. Pupuk Organik Purnakal	24
G. Penelitian Relevan	25
H. Kerangka Pemikiran.....	27

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	29
1. Sumber Data Primer	29
2. Sumber Data Sekunder	29
B. Objek dan Lokasi Penelitian	30
C. Metode Penelitian	30
D. Teknik Pengumpulan Data.....	30
E. Analisis Data	31

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian	35
B. Analisis Lingkungan Perusahaan	35
C. Analisis Lingkungan Internal.....	35
D. Perangkingan IFAS.....	37
E. Analisis Lingkungan Eksternal.....	40
F. Perangkingan EFAS.....	41
G. Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal.....	43
H. Analisis Matriks IFE.....	47
1. Matriks IFE	47
2. Matriks SWOT Pupuk Organik Purnakal.....	47

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	51
B. Saran.....	51

DAFTAR LITERATUR

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Data Hasil Wawancara Prasurvei	2
2. Penelitian Relevan	28
3. Matriks IE	35
4. Matriks SWOT	36
5. Modal Usaha	40
6. Data Hasil IFAS	41
7. Pembobotan Faktor Internal	42
8. Perangkaian EFAS	44
9. Pembobotan Faktor Eksternal	46
10. Matriks SWOT Strategi Pemasaran Pupuk Organik Pumakkal	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pemikiran.....	31

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuisisioner Penelitian
2. Rekap Hasil Ujian Skripsi
3. Nilai Ujian Komprehensif
4. Saran Perbaikan Ujian Komprehensif
5. Berita Acara Ujian Skripsi dan Komprehensif
6. Verifikasi Jurnal
7. Surat Keterangan Bimbingan Skripsi
8. Pengesahan Skripsi
9. Surat Keterangan Ujian Skripsi
10. Daftar Hadir Seminar Skripsi
11. Berita Acara Seminar Skripsi
12. Persetujuan dan Perbaikan Skripsi
13. Kartu Bimbingan Skripsi
14. Riwayat Hidup