

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK UNTUK MENINGKATKAN
KINERJA TOKO KUE ISLAND CAKE METRO**

SKRIPSI



OLEH:

**AJENG RESMADI PUTRI
NPM. 18610152**

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

2023



**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK UNTUK MENINGKATKAN
KINERJA TOKO KUE ISLAND CAKE METRO**

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

OLEH

AJENG RESMADI PUTRI

18610152

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

2022

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK UNTUK MENINGKATKAN KINERJA TOKO KUE ISLAND CAKE METRO

Ajeng Resmadi Putri¹, Ratmono², Yateno³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Email: ajengresmadiputri@gmail.com

Kinerja pemasaran pada toko kue dapat maksimal apabila diterapkan sistem manajemen strategi yang baik. Untuk dapat menyusun strategi manajemen pemasaran dapat dilakukan dengan melihat faktor internal dan eksternal perusahaan sehingga perusahaan dapat menentukan strategi yang tepat untuk perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kinerja pemasaran, faktor internal dan eksternal Toko Kue Island Metro, dan strategi pemasaran yang tepat guna meningkatkan kinerja pemasaran. Penelitian ini menerapkan metode penelitian kualitatif dengan menganalisis strategi pemasaran produk pada Toko Kue Island Cake Kota Metro. Dalam pengumpulan data penelitian melibatkan dua orang narasumber yang merupakan pemilik toko kue dan karyawannya. Data diperoleh dengan melakukan wawancara dan penyebaran kuisisioner untuk menentukan bobot dan rating pada aspek faktor internal dan eksternal perusahaan. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT yang terdiri dari Kekuatan (Strength), Kelemahan (Weakness), Peluang (Opportunities), dan Ancaman (Treath). Hasil penelitian menyebutkan bahwa kinerja pemasaran toko kue island cake Kota Metro menunjukkan kinerja yang cukup baik. Hal ini didasarkan pada hasil penjualan yang dicapai oleh toko kue island cake yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Jumlah konsumen yang membeli produk berupa kue di toko island cake semakin meningkat. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh pemilik toko adalah memberikan kualitas pelayanan yang baik, kemudahan pelayanan, dan melakukan promosi di media sosial. Berdasarkan analisis SWOT strategi yang tepat dalam pemasaran pada toko kue island cake pada analisis EFE dan IFE adalah Strategi grow and built. Toko dapat mempertahankan konsumen dengan mempertahankan keunggulan dari produk kuenya baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya.

Kata Kunci: strategi pemasaran, kinerja toko, SWOT

ABSTRACT

PRODUCT MARKETING STRATEGY ANALYSIS TO IMPROVE METRO ISLAND CAKE SHOP PERFORMANCE

Ajeng Resmadi Putri¹, Ratmono², Yateno³

faculty of Economics and Business

Email: ajengresmadiputri@gmail.com

Marketing performance at cake shops can be maximized if a good strategic management system is implemented. To be able to develop a marketing management strategy, it can be done by looking at the company's internal and external factors so that the company can determine the right strategy for the company. The purpose of this research is to determine marketing performance, internal and external factors of Island Metro Cake Shop, and appropriate marketing strategies to improve marketing performance. This study applies a qualitative research method by analyzing the product marketing strategy at the Island Cake Cake Shop, Metro City. The research data collection involved two informants who were cake shop owners and their employees. Data was obtained by conducting interviews and distributing questionnaires to determine the weight and rating on aspects of the company's internal and external factors. Data analysis in this research uses SWOT analysis which consists of Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats. The results of the study stated that the marketing performance of the island cake cake shop in Metro City showed a fairly good performance. This is based on sales results achieved by the island cake cake shop which has increased from year to year. The number of consumers who buy products in the form of cakes at island cake shops is increasing. The marketing strategy implemented by shop owners is to provide good quality service, ease of service, and carry out promotions on social media. Based on the SWOT analysis, the appropriate strategy for marketing the Island Cake cake shop in the EFE and IFE analysis is the grow and build strategy. Stores can retain consumers by maintaining the superiority of their cake products both in terms of quality and quantity.

Keywords: Marketing Strategy, Store Performance, SWOT

RINGKASAN

Ajeng Resmadi Putri. 2023. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Untuk Meningkatkan Kinerja Toko Kue Island Cake Metro*. Skripsi. Program Studi Manajemen. Pembimbing (I) Ratomono, S.E., M.M. Pembimbing (II) Dr. Yateno, S.E., M.M.

Kata Kunci: strategi pemasaran, kinerja toko, SWOT

Toko kue island cake Metro ini termasuk dalam industry rumah tangga, produk dengan skala industry rumah tangga memiliki peranan penting dalam menambah pendapatan dan juga dapat menciptakan lapangan kerja. Di kota Metro banyak terdapat toko kue yang berskala kecil, menengah, dan besar mulai yang berbentuk industri rumah tangga maupun yang sudah dikelola lebih profesional beberapa sentra toko kue antara lain yakni Toko kue island cake Metro merupakan usaha yang bergerak dibidang makanan khususnya cake tart, cookies, roti basah dan roti kering. Keberhasilan perusahaan memasarkan produk sangat tergantung pada kiat-kiat dan pemasaran produk yang dilakukan karena dengan penerapan pemasaran produk yang tepat perusahaan dapat menciptakan, memelihara dan mengembangkan permintaan konsumen serta meyakinkan dan berkesinambungan. Apabila omset penjualan mengalami peningkatan yang lambat maka harus dianalisis apakah hal tersebut disebabkan apakah kurang efektifnya pemasaran produk yang dilakukan atau mungkin dipengaruhi selera atau perilaku konsumen yang sudah berubah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kinerja pemasaran, faktor internal dan eksternal Toko Kue Island Metro, dan strategi pemasaran yang tepat guna meningkatkan kinerja pemasaran.

Penelitian ini menerapkan metode penelitian kualitatif dengan menganalisis strategi pemasaran produk pada Toko Kue Island Cake Kota Metro. Dalam pengumpulan data penelitian melibatkan dua orang narasumber yang merupakan pemilik toko kue dan karyawannya. Data diperoleh dengan melakukan wawancara dan penyebaran kuisioner untuk menentukan bobot dan rating pada aspek faktor internal dan eksternal perusahaan. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT yang terdiri dari Kekuatan (Strength), Kelemahan (Weakness), Peluang (Opportunities), dan Ancaman (Treath). Hasil penelitian menyebutkan bahwa kinerja pemasaran toko kue island cake Kota Metro menunjukkan kinerja yang cukup baik. Hal ini didasarkan pada hasil penjualan yang dicapai oleh toko kue island cake yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Jumlah konsumen yang membeli produk berupa kue di toko island cake semakin meningkat. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh pemilik toko adalah memberikan kualitas pelayanan yang baik, kemudahan pelayanan, dan melakukan promosi di media sosial. Berdasarkan analisis SWOT strategi yang tepat dalam pemasaran pada toko kue island cake pada analisis EFE dan IFE adalah Strategi grow and built. Toko dapat mempertahankan konsumen dengan mempertahankan keunggulan dari produk kuenya baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya.

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK UNTUK MENINGKATKAN
KINERJA TOKO KUE ISLAND CAKE METRO**

AJENG RESMADI PUTRI

18610152

Telah di setujui oleh :

Pembimbing I



Ratmono, S.E., M.M.
NIDN. 020076001

Pembimbing II



Dr. Yateno, S.E., M.M.
NIDN. 0225046502

Ketua Program Studi Manajemen



Nani Septiana, S.E., M.M.
NIDN. 0220098901

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK UNTUK MENINGKATKAN
KINERJA TOKO KUE *ISLAND CAKE* METRO**

AJENG RESMADI PUTRI

NPM. 18610152

Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus Pada:

Hari : Jumat
Tanggal : 3 Maret 2023
Tempat Ujian : Ruang Sidang FEB UM Metro

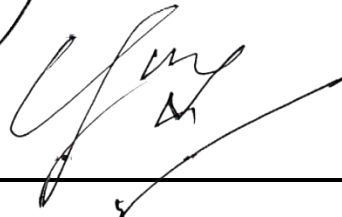
Tim Penguji,



Ratmono, S.E., M.M. _____, Ketua
NIDN. 0220076001



Dr. Yateno, S.E., M.M. _____, Sekretaris
NIDN. 0225046502



H. Suryadi, S.E., M.M. _____, Penguji Utama
NIDN. 0229115901

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۝ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ٦

Artinya:

*6. sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan
(QS. Al-Insyirah:5-6)*

“Tak akan ada keberhasilan tanpa usaha, berusahalah terus meskipun engkau pernah jatuh”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT. Saya mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tuaku Ayahanda dan Ibunda yang tidak pernah lelah untuk mendo'akan dan mendukung penelitian baik dalam bentuk moril materil serta selalu mencurahkan kasih sayang dan motivasi yang tidak terbatas.
2. Saudara-saudaraku yang selalu mendukung dan mendo'akan.
3. Sahabat-sahabat terbaikku yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah memberi semangat dan motivasi.
4. Teman-teman Program Studi Manajemen yang telah memberikan motivasi dan dukungan.
5. Almamater Universitas Muhammadiyah Metro.

Semoga orang yang telah berjasa sehingga skripsi ini selesai dibalas dengan pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Aamiin

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah menimpahkan rahmat dan karunia-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tanpa suatu halangan apapun, dengan skripsi yang berjudul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK UNTUK MENINGKATKAN KINERJA TOKO KUE ISLAND CAKE METRO”**. Dan sholawat serta salam penulis sanjungkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta sahabat, keluarga, dan pengikutnya.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menghadapi berbagai kesulitan dan kendala, namun mendapat bantuan dari berbagai pihak pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dan kiranya tidak berlebihan penulis mengucapkan banyak terimakasih dan penghargaan setinggi – tingginya kepada :

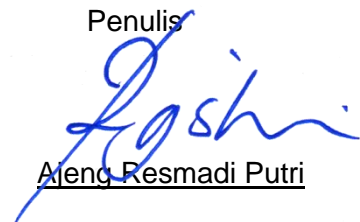
1. Kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kehidupan, keselamatan dan kesehatan baik jasmani maupun rohani.
2. Nabi Muhammad SAW yang senantiasa menjadi panutan.
3. Bapak dan ibu tercinta, terima kasih atas doa dan dukungannya selama penyusunan skripsi ini.
4. Drs.H. Jazim Ahmad, M.Pd. selaku Rektor Muhammadiyah Metro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan karya tulis ini.
5. H. Suwanto, S.E., M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
6. Nani Septiana, S.E., M.M. Selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
7. Ratmono, S.E, M.M. Selaku Dosen Pembimbing I terima kasih banyak atas waktu yang bapak luangkan, mengarahkan, memotivasi dan memberikan segala masukan, kritik saran dan pengarahan serta dengan sabar membimbing kami hingga terselesaikannya skripsi ini.
8. Dr. Yateno, SE, M.M. Selaku Dosen Pembimbing II terima kasih banyak atas waktu yang bapak luangkan, mengarahkan, memotivasi dan memberikan segala masukan, kritik saran dan pengarahan serta dengan sabar membimbing kami hingga terselesaikannya skripsi ini.

9. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah mendidik dan mengajarkan ilmu pengetahuan yang bermanfaat sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ini.
10. Seluruh Staff Dan Karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Dan Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Metro yang telah memberikan fasilitas dan bantuannya dalam menyelesaikan karya tulis ini.
11. Tuan Ahmad Ari Yanto Selaku Pemilik Toko Kue Island Cake Metro yang telah memberikan izin penelitian dengan sangat ramah dan hampir selama penelitian penulis tidak ada kendala untuk meminta data.
12. Sahabat seperjuanganku seluruh teman – teman manajemen kelas D yang tidak dapat disebutkan satu – persatu atas dukungannya, motivasinya, dan serta support system yang diberikan kepada penulis dalam mengikuti perkuliahan hingga proses skripsi . semoga kita selalu terikat dalam ukhuwah islamiyah.

Semoga Allah SWT membalas amal kebaikan Bapak/Ibu/Sdr/i. penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan sehingga kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan, akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya.

Metro, Januari 2023

Penulis



Aleng Resmadi Putri

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ajeng Resmadi {utro
NPM : 18610152
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul "*Analisis Strategi Pemasaran Produk Untuk Meningkatkan Kinerja Toko Kue Island Cake Metro*" adalah karya saya dan bukan hasil plagiat.

Apabila dikemudian hari terdapat unsur plagiat skripsi tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik sarjana dan akan mempertanggungjawabkannya secara hukum.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Metro, Januari 2023

Yang membuat pernyataan



Ajeng Resmadi Putri
NPM. 186101452



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO

SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

Nomor: 330/II.3.AU/F/UPI-UK/2023

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : AJENG RESMADI PUTRI
NPM : 18610152
Jenis Dokumen : SKRIPSI

Judul:

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK UNTUK
MENINGKATKAN KINERJA TOKO KUE ISLAND CAKE METRO**

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen telah diperiksa dan 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, 04 Agustus 2023
Kepala Unit,

Dr. Eko Susanto, M.Pd., Kons.
NIDN. 0213068302

Alamat:

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

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

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LOGO.....	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
ABSTRAK.....	iv
RINGKASAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR	x
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	xii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI KESAMAAN (<i>Similarity Check</i>).....	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Perumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Kegunaan Penelitian	6
F. Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN LITERATUR	
A. Analisis.....	8
B. Strategi Pemasaran.....	9
1. Pengertian Strategi.....	9
2. Pengertian Pemasaran.....	9
3. Pengertian Strategi Pemasaran.....	17
4. Tujuan Strategi Pemasaran	19
5. Perumusan Strategi Pemasaran.....	20
C. Kinerja Pemasaran.....	24
D. Hasi Penelitian Relevan	27
E. Kerangka Pemikiran	28
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	30
B. Objek dan Lokasi Penelitan.....	30
C. Metode Penelitian.....	31
D. Teknik Pengumpulan Data	31
E. Sumber Data Penelitian.....	32
F. Teknik Analisis Data	33

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Tempat Penelitian	40
1. Sejarah Berdirinya Toko Kue Island Cake	40
2. Struktur Organisasi.....	40
3. Tugas Pokok dan Fungsi.....	41
B. Hasil Penelitian	42
1. Kinerja Pemasaran Toko Kue Island Cake	42
2. Identifikasi Faktor Internal.....	42
3. Identifikasi Faktor Eksternal.....	44
4. Strategi Pemasaran.....	45
5. Strategi Pemasaran untuk meningkatkan kinerja.....	45
C. Pembahasan.....	50

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....	53
B. Saran	53

DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Data Keunggulan Toko Kue Island Cake	3
2. Data Hasil Penjualan	4
3. Ringkasan Penelitian Relevan	26
4. Matriks EFE	34
5. Matriks IFE	35
6. Tabulasi Analisis SWOT	37
7. Hasil Matriks EFE	46
8. Hasil Matriks IFE	46
9. Hasil Analisis SWOT.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pemikiran.....	29
2. Matrik IE.....	35
3. Struktur Organisasi	41
4. Hasil Matriks IE	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Lembar Wawancara.....	56
2. Kuisisioner Penelitian	59
3. Tabulasi Data.....	75
4. Dokumentasi.....	78
5. SK Pembimbing	80
6. Surat Izin	81
7. Surat Balasan Izin.....	82
8. Kartu Bimbingan	83