

**STRATEGI PEMASARAN PENJUALAN PAKAN UDANG  
KEBUTUHAN TAMBAK PADA TOKO TIMBUL  
(Studi Kasus: Bratasena Adiwarna, Kecamatan Dente Teladas, Kabupaten  
Tulang Bawang)**

**SKRIPSI**



**OLEH:  
BIMA PRIANANDA IRAWAN  
20610057**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO  
2024**



**STRATEGI PEMASARAN PENJUALAN PAKAN UDANG KEBUTUHAN  
TAMBAK PADA TOKO TIMBUL  
(Studi Kasus: Bratasena Adiwarna, Kecamatan Dente Teladas, Kabupaten  
Tulang Bawang)**

**SKRIPSI**

**Diajukan  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Mendapatkan Gelar  
Sarjana Manajemen**



**Oleh:  
BIMA PRIANANDA IRAWAN  
NPM. 20610057**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO  
2024**

## ABSTRAK

Bima Priananda Irawan 2024 “Strategi Pemasaran Penjualan Pakan Udang Kebutuhan Tambak Pada Toko Timbul”. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) H. Suwanto, S.E., M.M. Pembimbing (II) Fitriani, S.E., M.M. Penelitian ini bertujuan untuk menguji Strategi Pemasaran Penjualan Pakan Udang Kebutuhan Tambak Pada Toko Timbul. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pengumpulan data observasi, dokumentasi, dan wawancara. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis SWOT, IFE, EFE, dan IE. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini 10 orang pembeli toko timbul berdasarkan metode *Non-Probability Sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada kesamaan teori dan praktik dalam proses penjualan dengan menggunakan media sosial seperti aplikasi *whattapps*, *facebook* dan peningkatan penjualan setelah menggunakan analisis SWOT, IFE, EFE, dan IE pada toko timbul.

**Kata Kunci** : Strategi Pemasaran, Penjualan, dan SWOT.

## **ABSTRACT**

Bima Priananda Irawan 2024 "Marketing Strategy for Selling Shrimp Feed for Pond Needs at Timbul Shops". Thesis for the Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah Metro University. Supervisor (I) H. Suwanto, S.E., M.M. Supervisor (II) Fitriani, S.E., M.M.

This research aims to test the Marketing Strategy for Selling Shrimp Feed for Pond Needs at Timbul Shops. This research uses qualitative research methods by collecting observation, documentation and interview data. The method used in this research is SWOT, IFE, EFE, and IE analysis. The sample used in this research was 10 shop buyers based on the Non-Probability Sampling method. The results of this research show that there are similarities in theory and practice in the sales process using social media such as the WhatsApp application, Facebook and increased sales after using SWOT, IFE, EFE and IE analysis in emerging stores.

**Keywords:** Marketing Strategy, Sales, and SWOT.

## RINGKASAN

Penelitian ini berjudul Strategi Pemasaran Pakan Udang Kebutuhan Tambak Pada Toko Timbul studi kasus Bratasena, Kecamatan Dente teladas, Kabupaten Tulang Bawang. Strategi yang diterapkan oleh Toko Timbul agar menjadi lebih unggul dari pesaing adalah mengenal target pasar, menerapkan promosi, menerapkan inovasi produk, menjaga kualitas produk, melakukan diskon, menjaga kualitas pelayanan dan menjalin kerjasama dengan produsen pakan udang kebutuhan tambak.

1. Strategi yang diterapkan oleh toko timbul agar menjadi unggul dari pesaing adalah mengenali target pasar, menerapkan inovasi produk, menjaga kualitas produk, melakukan promosi dan diskon, menjaga kualitas pelayanan, dan menjalin Kerjasama dengan produsen pakan udang kebutuhan tambak. Produk yang dijual pada Toko timbul memiliki kelebihan berupa variasi produk yang banyak serta kualitas yang baik dengan harga yang premium menyesuaikan dengan permintaan dan musim. Namun Toko Timbul telah memiliki pelanggannya tersendiri sehingga tidak menjadi ancaman bagi Toko Timbul.
2. Harga yang ditawarkan oleh Toko Timbul sebanding dengan kualitas produk yang ditawarkan, karena Toko Timbul memiliki kualitas produk yang baik dengan variasi pilihan produk yang banyak. Selanjutnya promosi Toko Timbul dilakukan di media sosial sehingga menarik pelanggan. Penjualan produk di Toko Timbul ada yang langsung ke konsumen dan ada yang melalui agen. Toko Timbul perlu menjaga kualitas produk, variasi produk, dan promosi yang menarik supaya memperoleh lebih banyak pelanggan. Selain itu, Toko Timbul juga perlu menghindari kenaikan harga yang tidak sesuai dengan pasaran sehingga pelanggan akan bertambah banyak lagi.
3. Analisis SWOT Toko Timbul adalah 1) Kekuatan, berupa produk yang dijual memiliki kualitas yang baik, produk yang dijual bervariasi, harga yang ditawarkan sesuai dengan produk yang ditawarkan 2) Kelemahan, Promosi yang dilakukan masih sebatas media sosial yaitu WhatsApp dan belum memiliki jasa antar barang kepada konsumen. 3) Peluang, memiliki hubungan kerja sama dengan produsen pakan udang kebutuhan tambak sehingga tidak khawatir mengenai stok produk, memiliki kepercayaan pelanggan tetap, mulai melakukan promosi di media sosial, 4) Ancaman, Toko Timbul memiliki pesaing dikarenakan berada di lokasi yang strategis

sehingga terdapat beberapa penjual pakan udang kebutuhan tambak dilingkungan Toko Timbul.

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**STRATEGI PEMASARAN PENJUALAN PAKAN UDANG KEBUTUHAN  
TAMBAK PADA TOKO TIMBUL  
(Studi Kasus: Bratasena Adiwarna, Kecamatan Dente Teladas, Kabupaten  
Tulang Bawang)**

**BIMA PRIANANDA IRAWAN  
NPM. 20610057**

Telah di setujui oleh:

**Dosen Pembimbing I**



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

**Dosen Pembimbing II**



**Fitriani, S.E., M.M.**  
NIDN. 0206068604

**Kaprodi S1 Manajemen**



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



HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN PENJUALAN PAKAN UDANG KEBUTUHAN  
TAMBAK PADA TOKO TIMBUL BRATASENA ADIWARNA KECAMATAN  
DENTE TELADAS KABUPATEN TULANG BAWANG

BIMA PRIANANDA IRAWAN

NPM. 20610057

Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus Pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 14 Agustus 2024

Tempat : Ruang Sidang FEB UM Metro

Tim Penguji

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

Ketua Penguji

Fitriani, S.E., M.M  
NIDN. 0206068604

Sekrestaris

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

Penguji Utama

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

## MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib sesuatu kaum hingga mereka mengubah diri mereka sendiri”

(Q.S Ar-Ra'd : 11)

“Dan jangan berputus asa dari rahmat Allah, Sesungguhnya yang berputus asa dari rahmat Allah, hanyalah orang-orang kafir”

(Q.S Yusuf [12] : 87)

“Untuk masa-masa sulitmu, biarlah Allah yang menguatkanmu. Tugasmu hanya berusaha agar jarak antara kamu dengan Allah tidak pernah jauh”

(Bima Priananda Irawan)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji syukur kepada Allah SWT atas berkatnya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Panutanku, Ayahanda Timbul Irawan. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studynya sampai sarjana.
2. Pintu surgaku, Ibunda Sutriani. Beliau sangat berperan penting dalam menyelesaikan program study penulis, beliau juga memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai dibangku perkuliahan, namun semangat dan motivasi serta yang sujudnya selalu menjadi do'a untuk kesuksesan anak-anaknya.
3. Kepada saudara kandungku, Zaidan Fitrananda Irawan, Terimakasih telah memberikan semangat, dukungan dan motivasi serta telah meluangkan waktunya untuk memberikan semangat dan dukungan walaupun melalui celotehannya, tetapi penulis yakin dan percaya itu adalah sebuah bentuk dukungan dan motivasi.
4. Kepada istri tercinta teman hidup saya terkasih yang tak kalah penting kehadirannya Risnalamelan Agifirilarani, S.M yang menjadi salah satu penyemangat karena selalu ada dalam suka dan duka dan tak henti-hentinya memberikan semangat dan dukungan serta bantuan baik tenaga, pikiran, materi maupun moril. Terimakasih banyak telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya, berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini. Telah menjadi rumah tempat berkeluh kesahku diwaktu lelahku, menjadi pendengar yang baik, penghibur, penasehat yang baik, senantiasa membeirkan cinta dan semangat untuk pantang menyerah. Semoga Allah SWT mengganti berkali-kali lipat dan sukses selalu kedepannya untuk kita berdua, Aamiin.
5. Terimakasih teman-temen seangkatan dan seperjuangan.
6. Dan terakhir terimakasih untuk diri sendiri, terimakasih sudah menepikan ego dan memilih untuk kembali bangkit dan menyelesaikan semua ini. Terimakasih telah mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan

dan tak pernah mau memutuskan untuk menyerah, kamu hebat Bima Priananda Irawan.

7. Almamaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Metro.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga proposal ini dapat diselesaikan dengan baik. Maksud dari proposal ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian sarjana pada program studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Judul proposal ini adalah STRATEGI PEMASARAN PENJUALAN PAKAN UDANG DAN KEBUTUHAN TAMBAK PADA TOKO TIMBUL. Dalam penyusunan proposal ini penulis ingin tidak lepas dari bantuan beberapa pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Nyoto Suseno, M.Si., Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. H. Suwanto, S.E., M.M., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro, Sekaligus DPS I.
3. Nani Septiana, S.E., M.M., Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
4. Fitriani, S.E., M.M., selaku pembimbing II dalam penyusunan proposal ini yang sudah memberi arahan.
5. Bapak Timbul selaku kepala toko yang sudah mengizinkan untuk penelitian skripsi.
6. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal ini.

Demikian proposal ini dibuat semoga bermanfaat bagi para pembaca. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang ada dalam proposal ini. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak yang membaca penelitian ini. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih.

Metro, Agustus 2024



**Bima priananda Irawan**  
Npm. 20610057

## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Bima Priananda Irawan

NPM : 20610057

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Strategi Pemasaran Penjualan pakan Udang Kebutuhan Tambak Pada Toko Timbul (Studi Kasus: Bratasena Adiwarna, Kecamatan Dente Teladas, kabupaten Tulang Bawang)**" benar hasil karya saya bukan plagiat.

Apabila dikemudian hari terdapat unsur olagiat skripsi tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi beberapa pencabutan akademik sarjana.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Metro, Agustus 2024

Penulis



**Bima Priananda Irawan**  
**NPM. 20610057**



UNIT PUBLIKASI ILMIAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
METRO



## SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

NOMOR. 1020/II.3.AU/F/UPI-UK/2024

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

**NAMA** : Bima Priananda Irawan  
**NPM** : 20610057  
**JENIS DOKUMEN** : Skripsi

**JUDUL** : Strategi Pemasaran Penjualan Pakan Udang Kebutuhan Tambak Pada Toko Timbul (Studi Kasus : Bratasena Adiwarna, Kecamatan Dente Teladas, Kabupaten Tulang Bawang)

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, 22 Agustus 2024  
Kepala Unit,

*Nego Linuhung*  
Dr/ Nego Linuhung, M.Pd.  
NIDN. 0220108801

**Alamat:**

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

**Website:** [upi.ummetro.ac.id](http://upi.ummetro.ac.id)  
**E-mail:** [help.upi@ummetro.ac.id](mailto:help.upi@ummetro.ac.id)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN LOGO .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>RINGKASAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI.....</b>	<b>ix</b>
<b>HALAMAN MOTTO.....</b>	<b>x</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>	<b>xiv</b>
<b>SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (<i>Similarity Check</i>).....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Rumusan Masalah .....	5
D. Tujuan Penelitian .....	5
E. Kegunaan Penelitian .....	5
F. Sistematika Penelitian .....	6
<b>BAB II KAJIAN LITERATUR.....</b>	<b>7</b>
A. Kajian Literatur yang mendukung variabel terkait dan bebas.....	7
1. Pengertian Pemasaran.....	7
2. Strategi Pemasaran.....	8
3. Tujuan dan Fungsi Pemasaran.....	11
4. Konsep Strategi Pemasaran.....	12
5. Penjualan .....	13
6. Tujuan dan Fungsi Penjualan .....	17
7. Analisis SWOT .....	17
8. Manfaat Analisis Swot .....	17



9. Unsur-Unsur Analisis SWOT .....	18
10. Analisis Lingkungan Perusahaan .....	20
11. Analisis Lingkungan Eksternal .....	22
12. Analisis Lingkungan Mikro .....	23
13. Matriks IFE dan EFE .....	24
14. Matriks IE (Internal-External Matriks).....	25
B. Penelitian Relevan .....	26
C. Kerangka Pemikiran.....	28
<b>BAB III METEDOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
A. Desain Penelitian .....	30
B. Tahapan Penelitian .....	30
1. Objek dan Lokasi Penelitian .....	30
2. Populasi .....	30
C. Sampel.....	30
1. Analisis Lingkungan Internal.....	31
2. Analisis Lingkungan Eksternal.....	31
D. Teknik Analisis Pengumpulan Data.....	31
1. Data Primer .....	31
2. Data Sekunder .....	32
E. Alat Analisis .....	32
1. SWOT .....	32
F. Teknik Analisis Data.....	35
G. Pengecekan Keabsahan Temuan .....	36
H. Tahap-Tahap Penelitian .....	37
<b>BAB IV Hasil Dan Pembahasan .....</b>	<b>38</b>
A. Hasil.....	38
1. Gambaran Umum Toko Timbul .....	38
2. Deskripsi Hasil Wawancara Mengenai Strategi Pemasaran .....	38
3. Deskripsi Hasil Wawancara Mengenai Pemasaran Penjualan Pakan Udang Kebutuhan Tambak Pada Toko Timbul .....	43
4. Analisis SWOT .....	45
5. Matriks EFE dan IFE .....	48
B. Pembahasan.....	50
1. Strategi Pemasaran Penjualan Pakan Udang Kebutuhan Tambak Pada Toko Timbul .....	50

2. Pemasaran Penjualan Pakan Udang Kebutuhan Tambak Pada Toko Timbul .....	52
<b>BAB V Simpulan Dan Saran .....</b>	<b>54</b>
A. Simpulan .....	54
B. Saran .....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>56</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>59</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Omset Toko Timbul Tahun 2023.....	2
Tabel 2.1 Unsur Analisis SWOT .....	18
Tabel 2.2 Kuadran .....	20
Tabel 2.3 Skor bobot total IFE .....	25
Tabel 2.4 Penelitian Relevan .....	26
Tabel 4.1 Diagram Matriks Analisis SWOT .....	45
Tabel 4.2 Matriks EFE dan IFE .....	49

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Toko Timbul dan Toko Aura Bahari Tahun 2023.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 3.1 Matriks SWOT.....	33
Gambar 3.2 SWOT Kuadran.....	34
Gambar 4.1 Kuadran Analisis SWOT Toko Timbul.....	49