



**PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DALAM  
MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM TOKO META  
DI BULAK BANTENG SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program S-1  
Bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Widya Kartika

Oleh

**Ariya Patma Chandra Dewi**

**111.18.063**

**PEMBIMBING I**

**Erwin Rediono Tan, MBA**

**111.06.68.02.07.902**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA**

**SURABAYA**

**2022**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa untuk berkat dan penyertaannya hingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “Penerapan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Toko Meta di Bulak Banteng Surabaya”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan dalam derajat Sarjana Manajemen (S.M) program Sastra (S-1) program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika Surabaya.

Selama penelitian dan penyusunan laporan dalam skripsi ini, banyak rintangan yang dihadapi penulis, dan tidak luput dari banyaknya kendala. Rintangan dan kendala ini bisa diatasi oleh penulis berkat adanya bantuan dan bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak, maka dari itu dengan kerendahan hati dan adanya kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang telah menyertai dan memberikan berkat hikmat untuk penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan baik.
2. Kepada Papa Bahagiarto Chandra Putra, Mama Liem Wantie dan ke 2 Saudara penulis Mayasari Chandra Purwantie serta Octavia Chandra Purwantie, yang telah memberikan semangat, dukungan dan memberikan doa sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
3. Saudara saya Katarina Yunita yang telah membantu dan mendukung penulis dalam melakukan penelitian ini dari awal hingga akhir dengan baik.
4. Pasangan saya Calvin Lieger yang telah memberikan semangat, dukungan dan sudah menemani penulis dalam melakukan penelitian hingga selesai dengan baik.
5. Dr. Erna Ferrinadewi, S.E., M.M selaku ketua program studi manajemen Universitas Widya Kartika Surabaya.
6. Erwin Rediono Tan, MBA. selaku Dosen Pembimbing I yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing dan mendukung penulis dalam melakukan penelitian dan penyusunan skripsi ini.

7. Martinus Rukismono, SE., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing dan mendukung penulis dalam melakukan penelitian dan penyusunan skripsi ini.
8. Prof. Dr. Herman Budi Sasono, M.M, Bapak Muis Murtadho, S.E., M.M. dan seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika Surabaya yang telah memberikan ilmunya selama penulis menempuh Pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika Surabaya hingga selesai di tahap akhir penyusunan skripsi.
9. Kepada kantor saya PT. Wings Surya yang sudah mendukung saya untuk melanjutkan Pendidikan S-1 di Universitas Widya Kartika Surabaya.
10. Sahabat-sahabat kuliah saya dari semester satu hingga semester akhir yang sudah membantu saya dalam pengerjaan tugas, dan lain-lain sampai pembelajaran ini selesai.
11. Pemilik Toko, karyawan toko, serta pembeli Toko Meta yang sudah bersedia menjadi narasumber dan objek penelitian skripsi penulis.

Akhir kata penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan & penelitian skripsi ini belum sempurna karena kurangnya pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki penulis. Oleh sebab itu, penulis menerima segera kritik dan saran yang dapat membangun serta bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Surabaya, 03 Februari 2022



Ariya Patma Chandra Dewi

## ABSTRAK

Ariya Patma Chandra Dewi :

Skripsi

Penerapan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Toko Meta di Bulak Banteng Surabaya.

Pemasaran adalah aspek yang bermanfaat bagi strategi perusahaan pada saat melaksanakan bisnis atau usaha yang berkaitan pada pelanggan. Pemasaran yang terstruktur akan berdampak baik pada kegiatan perekonomian. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Toko Meta di Bulak Banteng Surabaya? Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan UMKM Toko Meta di Bulak Banteng Surabaya.

Penelitian ini mengkaji tentang Penerapan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan di Toko Meta Surabaya. Jenis Penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik ini dilakukan untuk mendapatkan data langsung dari pemilik usaha, dan pembeli. Fokus penelitian ini adalah bagaimana penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan Penjualan di Toko Meta Bulak Banteng Surabaya? Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen strategi pemasaran yang meliputi: 1). *Segmentation*, 2). *Targeting*, 3) *Positioning*, dan 4) *Marketing mix*. Dan menerapkan unsur strategi yang meliputi: 1) Strategi harga, 2) Strategi tempat, 3) Strategi Penjualan, dan 4) Strategi Promosi. Hasil diatas disimpulkan sebagai berikut: Penerapan Manajemen strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan saat ini sudah optimal pada komponen *segmentation*, *targeting*, *positioning*, dan *marketing mix* sehingga mampu meningkatkan pendapatan pada Toko Meta.

Kata Kunci : Segmentasi, Targeting, Positioning, dan Marketing Mix Strategi Harga, Strategi Tempat, Strategi Penjualan, dan Strategi Promosi.

UWIKKA

## **ABSTRACT**

Ariya Patma Chandra Dewi :

*Thesis*

*Application Marketing Startegy in increasing Sales of UMKM Meta Store in the Bulak Banteng of Surabaya.*

*Marketing is an aspect that is useful for the company's strategy when carrying out business related to customers. Structured marketing will have a good impact on economic activity. The formulation of the problem in this study is how to apply marketing strategies to increase sales of UMKM Meta Stores in the Bulak Banteng of Surabaya?. This study aims to determine the application of marketing startegies in increasing sales of UMKM Meta Stores in the Bulak Banteng of Surabaya.*

*This Study examines the application of marketing startegies in increase sales at the Surabaya Meta Store. The type of research used is descriptive qualitative method with interview, observation, and, documentation techniques. This technique is used to obtain direct data from business owners and buyers. The focus of this research is how to implement a marketing strategy in increase sales at the Bulak Banteng Meta Store Surabaya?. The results showed that the management of marketing strategies which include: 1) Segmentation, 2) Targeting, 3) Positioning, and 4) Marketing Mix. And apply elements of strategy which include: 1) Price Strategy, 2) Place Strategy, 3) Sales Strategy, and 4) Promotion Strategy. The results above are concluded as follows: The implementation of marketing strategy management in increase sales is currently optimal in the segmentasion, targeting, positioning, and marketing mix components, so as to increase revenue at the Meta Store.*

*Keywords : Segmentasion, Targeting, Positioning, Marketing Mix, Price strategy, Place strategy, Sales Strategy, and Promotion strategy*

# UWIKKA

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Pernyataan Orisinalitas dan Persetujuan Publikasi .....	ii
Halaman Berita Acara Pengesahan Sidang Akhir Skripsi .....	iii
Halaman Persetujuan Sidang Akhir Skripsi .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Abstrak.....	vii
<i>Abstract</i> .....	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Gambar .....	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Lingkup Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Skripsi .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.1.1 Penelitian Hendrawansyah, 2020.....	10
2.1.2 Penelitian Rahna Riska, 2019.....	10
2.1.3 Penelitian Widia Resti Ayu, 2020.....	11
2.2. Kajian Teori .....	11
2.2.1 Strategi Pemasaran.....	11
2.2.1.1 Segmentasi ( <i>Segmenting</i> ).....	13
2.2.1.2 <i>Targeting</i> .....	15
2.2.1.3 Penentuan Posisi Pasar ( <i>Posisioning</i> ) .....	16
2.3 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	17
2.3.1 Produk ( <i>Product</i> ).....	18
2.3.2 Harga ( <i>Price</i> ).....	18
2.3.3 Promosi ( <i>Promotion</i> ).....	19
2.3.4 Tempat ( <i>Place</i> ) .....	20

2.3.5 Manusia ( <i>People</i> ) .....	21
2.3.6 Proses ( <i>Process</i> ) .....	21
2.3.7 Fasilitas fisik ( <i>Physical evidence</i> ) .....	21
2.4 Penjualan .....	21
2.4.1 Kondisi dan Kemampuan Penjual .....	22
2.4.2 Keadaan Pasar .....	22
2.4.3 Modal .....	23
2.4.4 Keadaan Organisasi Perusahaan .....	23
2.4.5 Komponen Lain .....	23
2.5 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) .....	23
2.5.1 Strategi Pemasaran Menggunakan <i>Digital Marketing</i> .....	24
2.5.2 Cara Melakukan Promosi <i>Online</i> .....	26
2.6. Kerangka Pikir .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	29
3.2 Sumber Data .....	29
3.3 Populasi dan Sampel ( <i>Sampling</i> ) .....	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.4.1 Wawancara .....	31
3.4.2 Observasi .....	31
3.4.3 Dokumentasi .....	31
3.5 Teknik Analisis Data .....	32
3.5.1 Reduksi Data .....	32
3.5.2 Penyajian Data .....	32
3.5.3 Menarik Kesimpulan atau Verifikasi .....	32
3.6 Penerapan Strategi untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Toko Meta .....	33
3.6.1 Strategi Promosi .....	33
3.6.2 Strategi Tempat .....	34
3.6.3 Strategi Penjualan .....	34
3.6.4 Strategi Harga .....	34
3.7 Kerangka Cara Penyelesaian Masalah .....	36
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
4.1 Sejarah Berdirinya Toko Meta .....	37
4.2 Visi dan Misi Toko Meta .....	37
4.2.1 Visi .....	37
4.2.2 Misi .....	37

4.3 Lokasi Toko Meta .....	37
4.4 Aspek Sumber Daya Manusia .....	38
4.5 Aspek Modal .....	38
4.6 Hasil Observasi, Wawancara .....	38
4.7 Pembahasan.....	52
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>59</b>
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran .....	59
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>61</b>
<b>Lampiran .....</b>	<b>63</b>
<b>Daftar Riwayat Hidup.....</b>	<b>75</b>
<b>Draft Artikel Ilmiah .....</b>	<b>76</b>
<b>Lembar Konsultasi Bimbingan Skripsi Dosen Pembimbing I .....</b>	<b>84</b>
<b>Lembar Konsultasi Bimbingan Skripsi Dosen Pembimbing II .....</b>	<b>86</b>



**UWIKKA**



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	2
Gambar 1.2 Konsep Penjualan dan Konsep Pemasaran.....	3
Gambar 1.3 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	6
Gambar 2.1 Logo Sosial Media.....	25
Gambar 2.2 Logo <i>market place</i> .....	26
Gambar 2.3 Kerangka Pikir.....	28
Gambar 3.1 Teknik Analisa Data.....	33
Gambar 3.2 Kerangka Cara Penyelesaian Masalah.....	36



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara Pemilik Usaha.....	64
Lampiran 1 Pedoman Wawancara Pembeli.....	65
Lampiran 2 Masalah dan Solusi.....	66
Lampiran 3 Dokumentasi.....	67

