

PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN PANGSA PASAR PADA UKM GAPURA KOTA BATU

by Novrianus Dede Bulu

Submission date: 16-Mar-2020 10:01PM (UTC+0800)

Submission ID: 1276474931

File name: RINGKASAN_SAMA_BAB_I_CEK_PLAGIASI1231-2.docx (60.66K)

Word count: 1432

Character count: 9183

**PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN YANG EFEKTIF
UNTUK MENINGKATKAN PANGSA PASAR PADA
UKM GAPURA KOTA BATU**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

MANAJEMEN



OLEH :

NOVRIANUS DEDE BULU

2016120136

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi
MALANG
2020**

RINGKASAN

6 Peneliti melakukan penelitian di UKM Gapura kota Batu bertujuan: a) untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran dan kualitas produk yang baik untuk konsumen pada UKM Gapura Kota Batu. b) untuk mengetahui penerapan strategi harga yang sesuai untuk meningkatkan pangsa pasar pada UKM Gapura kota Batu. c) untuk mengetahui penerapan strategi promosi yang dilakukan pada UKM Gapura kota Batu. d) untuk mengetahui penerapan strategi tempat yang sesuai dalam mendirikan suatu usaha pada UKM Gapura kota Batu. Peneliti menggunakan data primer dan data sekunder. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan obyek penelitian yang menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian menggunakan analisis SWOT yang bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi apa yang efektif digunakan oleh perusahaan pada UKM Gapura kota Batu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada beberapa strategi yang efektif digunakan oleh perusahaan pada UKM Gapura untuk meningkatkan pangsa pasar diantaranya dengan meningkatkan inovasi produk baru, mempertahankan produk yang kompetitif, dan menciptakan kerjasama yang baik pada UKM Gapura yang bersaing. Dengan dibentuknya penerapan strategi pemasaran yang efektif maka dapat memberikan keuntungan untuk meningkatkan pangsa pasar dan menghindari resiko kerugian suatu usaha pada UKM Gapura kota Batu.

16
Kata kunci :Strategi Pemasaran, Pangsa Pasar,UKM Gapura kota Batu

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Menurut Priansa dan Hasan 2017:4, secara umum pasar dapat dipahami sebagai tempat bertemu seseorang untuk melakukan transaksi tukar menukar suatu barang pada UKM Gapura. Pemasaran juga berfungsi menciptakan, menyampaikan, dan mengkomunikasikan nilai kepada konsumen untuk membangun serta memelihara hubungan konsumen yang memberikan keuntungan bagi pihak-pihak untuk berkepentingan terhadap kepuasan pelanggan untuk meningkatkan pangsa pasar pada UKM Gapura kota Batu.

Kotler, Keller dan Jhon (2016:27), menjelaskan bahwa pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dimana kegiatan tersebut dilakukan dengan cara menguntungkan, pemasar maupun pelanggan. Strategi pemasaran adalah salah satu cara untuk memenangkan sebuah keunggulan dan bersaing kepada UKM lain yang memproduksi suatu barang atau jasa untuk meningkatkan pangsa pasar itu sendiri, pemasaran juga perlu mendapatkan perhatian oleh para pelaku bisnis terutama dalam proses penerapan strategi pemasaran dalam bidang pemasaran pada UKM Gapura kota Batu.

Pemasaran merupakan proses yang terlibat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan mengembangkan hubungan usaha pertukaran suatu barang yang berkelanjutan. Strategi pemasaran diartikan berbagai konsep yang sesuai pengembangan dengan strategi yang dilakukan perusahaan UKM Gapura. Pemasaran yang diterima sebagai konsep pemasaran didasarkan pada pengenalan produk kepada konsumen. Pemasaran sebagai kegiatan yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen pada UKM Gapura kota Batu (Subroto 2017:1).

Kotler (2018:1), mendefinisikan pemasaran dengan pengertian yang lebih luas dari sekedar penjual atau individu, dan kelompok lainnya.

Pemasaran adalah kegiatan dilakukan oleh manusia untuk kebutuhan sehari-hari melalui proses pertukaran barang. Pemasaran merupakan salah satu bisnis penting dilakukan oleh UKM Gapura untuk memasarkan sebuah produk yang dapat digunakan dan dikonsumsi oleh orang lain, namun perkembangan zaman pemasaran wajib mengubah pola pikir dan kemajuan agar tetap mampu perkembangan dan bersaing dengan UKM lain. Salah satu teknologi yang digunakan dalam pemasaran untuk melengkapi strategi pemasaran yang konvensional dan ada pada UKM Gapura kota Batu.

Gunawan (2016:72), meyakini bahwa penerapan strategi pemasaran merupakan suatu cara untuk mengenalkan produk pada konsumen, hal ini perusahaan menjadi penting karena berhubungan dengan aktifitas yang akan dicapai oleh UKM Gapura. Dalam strategi pemasaran ini melakukan berbagai macam promosi produk yang dipasarkan oleh UKM. Sebagian usaha yang terjadi pada UKM Gapura disebabkan oleh perusahaannya untuk mendasari pasar ditunjukkan kepada konsumen yang baik oleh UKM.

Menurut penelitian Gunawan (2017), menekankan pentingnya strategi UMKM yang visioner dan menembus era MEA. Strategi pemasaran ini dibangun tiga langkah utama dalam meningkatkan strategi pemasaran antara lain: *Segmentation*, *Targeting*, dan *Positioning*. Proses untuk penciptaan nilai kepada konsumen yang tujuan utama untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada UKM Gapura. Dalam usaha kecil, dan menengah (UKM Gapura) menjadi segmentasi yang penting dilakukan oleh seseorang dalam persaingan ini selalu ketat. Segmentasi berperan penting dan menjadi dasar bagi perusahaan (UKM Gapura) untuk menentukan target dan memposisikan produknya (*positioning product*) agar berbeda dengan pesaingnya pada UKM Gapura kota Batu.

Yulita dan Gunawan (2019), menekankan pentingnya strategi manajemen sebagai upaya untuk mempengaruhi sebuah rencana dapat dijalankan dengan efektif dan efisien dan berbasis integrasi. Modal yang ada pada UKM Gapura masih rendah serta produk juga masih terbatas jumlah yang bisa membuat pasar potensial itu diambil alih oleh persaingan dari UKM lain apabila tidak segera diterapkan model strategi yang tepat untuk meningkatkan pangsa pasar pada UKM Gapura kota Batu. Strategi diartikan sebagai rencana usaha besar yang berorientasi jangka panjang untuk berinteraksi dengan lingkungan yang kompetitif untuk mencapai tujuan perusahaan pada UKM Gapura. Sebuah strategi merupakan rencana yang akan dilakukan oleh perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan pangsa pasar pada UKM Gapura kota Batu.

Handoko (2018:7), berpendapat bahwa suatu upaya yang dilakukan oleh UKM Gapura dengan penerapan strategi pemasaran, dengan strategi pemasaran ini memiliki peran penting untuk keberhasilan suatu usaha pada UKM Gapura. Pemasaran juga dapat menyampaikan suatu gambaran yang jelas dan teratur tentang apa yang dilakukan oleh UKM atau menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa sasaran pasar. Dimana strategi campuran pemasaran adalah strategi yang meliputi harga produk dan promosi, maupun tempat.

Armstrong (2017:27), menyatakan bahwa pemasaran merupakan proses yang dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat pada perusahaan itu sendiri. Definisi ini mengartikan, strategi pemasaran adalah suatu perusahaan UKM dimana menciptakan nilai baik pada pelanggan, dengan tujuan untuk meningkatkan pangsa pasar oleh UKM Gapura kota Batu. Penerapan strategi pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang efektif digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan pada UKM Gapura.

Strategi pemasaran banyak persaingan yang ada pada UKM Gapura, dan juga banyak faktor yang harus pengusaha pertimbangan seperti menciptakan produk yang baik pada UKM Gaapura, ini dilakukan untuk memberikan kesan yang mudah

diingat dan dapat diterima oleh konsumen. Faktor yang mendasari keberhasilan pemasaran pada UKM atau segmen pasar yang akan dituju melalui pasar sasaran dari produk itu sendiri, itu juga bermacam-macam media untuk bisa mengenalkan produk tersebut di daerah lain untuk meningkatkan pangsa pasar pada UKM Gapura (Fitria S. 2019)

Pemasaran yang baik untuk dapat terlihat dari suatu usaha dan saling bergantung antara konsumen, pemasaran yang tidak baik terlihat dari adanya kesalahan teknis untuk melakukan suatu usaha antara kedua pihak. Keberhasilan suatu usaha dapat melakukan proses pemasaran yang harus mengenalkan produk terdahulu kepada pelanggan di UKM Gapura, berikanlah mereka apa yang diinginkan, menyediakan kegiatan usaha yang sesuai pasar sarannya, sebab usaha akan tercapailah semua keinginan kepada konsumen itu sendiri. Perusahaan di Indonesia akan berkembang sesuai jalur usaha pada UKM menjadi perhatian oleh Konsumen yang kurang puas tentang produk yang dipasarkan oleh perusahaan UKM Gapura kota Batu dapat menyebabkan berbagai hal yang tidak diinginkan oleh perusahaan, karena penjualan kurang baik, penerapan strategi pemasaran yang baik dan efektif diterapkan pada UKM Gapura untuk meningkatkan pangsa pasar (Handoko 2017).

2 1.2. Rumusan Masalah

Peneliti ini menggunakan latar belakang masalah yang dibahas oleh UKM Gapura, peneliti dapat menyusun rumusan masalah di atas adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan strategi pemasaran produk yang efektif diterapkan pada UKM Gapura kota Batu untuk meningkatkan pangsa pasar?
2. Bagaimana strategi pemasaran promosi yang efektif diterapkan pada UKM Gapura kota Batu dapat meningkatkan pangsa pasar?
3. Bagaimana penerapan strategi pemasaran harga yang efektif diterapkan pada UKM Gapura kota Batu untuk meningkatkan pangsa pasar ?

4. Bagaimana strategi tempat untuk melakukan suatu usaha yang efektif diterapkan pada UKM Gapura kota Batu untuk meningkatkan pangsa pasar ?

10

1.3. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini ada beberapa tujuan yang digunakan oleh UKM yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk pada UKM Gapura kota Batu melalui penerapan dalam meningkatkan pangsa pasar.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran harga pada UKM Gapura kota Batu melalui penerapan dalam meningkatkan pangsa pasar
3. Untuk mengetahui strategi pemasaran tempat pada UKM Gapura kota Batu melalui penerapan dalam meningkatkan pangsa pasar.
4. Untuk mengetahui strategi pemasaran promosi pada UKM gapura kota Batu melalui penerapan dalam meningkatkan pangsa pasar.

12

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini, antara lain:

1. Sebagai pertimbangan pada UKM Gapura bagi pihak yang berwenang dalam penerapan strategi pemasaran untuk mengetahui tempat yang strategis tentang perusahaan yang bergerak pada UKM itu sendiri dapat mengetahui sebuah peluang, kekuatan, ancaman, dan kelemahan yang dihadapi sebuah perusahaan UKM Gapura kota Batu dalam meningkatkan pangsa pasar.
2. Bagi pihak penulis, syarat menyelesaikan pendidikan dan juga menambah ilmu atau wawasan serta merupakan kesepakatan menerapkan teori-teori diperoleh pada masa kuliah
3. Bagi pihak perusahaan UKM Gapura kota Batu, penelitian ini juga bisa digunakan sebagai hasil bahan pertimbangan, masukan, dan tambahan bagi peneliti lain ingin memperdalam tentang penerapan strategi pemasaran untuk meningkatkan pangsa pasar.

PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN PANGSA PASAR PADA UKM GAPURA KOTA BATU

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

15%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

[edoc.site](#)

Internet Source

2%

2

[johannessimatupang.wordpress.com](#)

Internet Source

2%

3

[anzdoc.com](#)

Internet Source

2%

4

[iniahdausman.blogspot.com](#)

Internet Source

2%

5

Submitted to Universitas Diponegoro

Student Paper

2%

6

Submitted to Universitas Negeri Jakarta

Student Paper

1%

7

[repository.unpas.ac.id](#)

Internet Source

1%

8

Submitted to STIE Kesuma Negara Blitar

Student Paper

1%

9	docplayer.info Internet Source	1%
10	eprints.umm.ac.id Internet Source	1%
11	Submitted to Universitas Dian Nuswantoro Student Paper	1%
12	repository.ipb.ac.id Internet Source	1%
13	Submitted to LL Dikti IX Turnitin Consortium Student Paper	1%
14	repository.unair.ac.id Internet Source	1%
15	www.scribd.com Internet Source	1%
16	jasa-tesis-skripsi.blogspot.com Internet Source	1%
17	dayat-lombokkarang.blogspot.com Internet Source	1%
18	Stella Erdityaningrum Januarti, Isnaini Rodiyah. "IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PROGRAM BERAS MISKIN (RASKIN) DI DESA KEJAPANAN KECAMATAN GEMPOL KABUPATEN PASURUAN", JKMP (Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik), 2016	<1%

Publication

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN PANGSA PASAR PADA UKM GAPURA KOTA BATU

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7
