

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN KEUNGGULAN  
BERSAING DI ERA DIGITAL PADA UMKM DONAT RATU**

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen.



Oleh : ANISSA RAHMAWATI

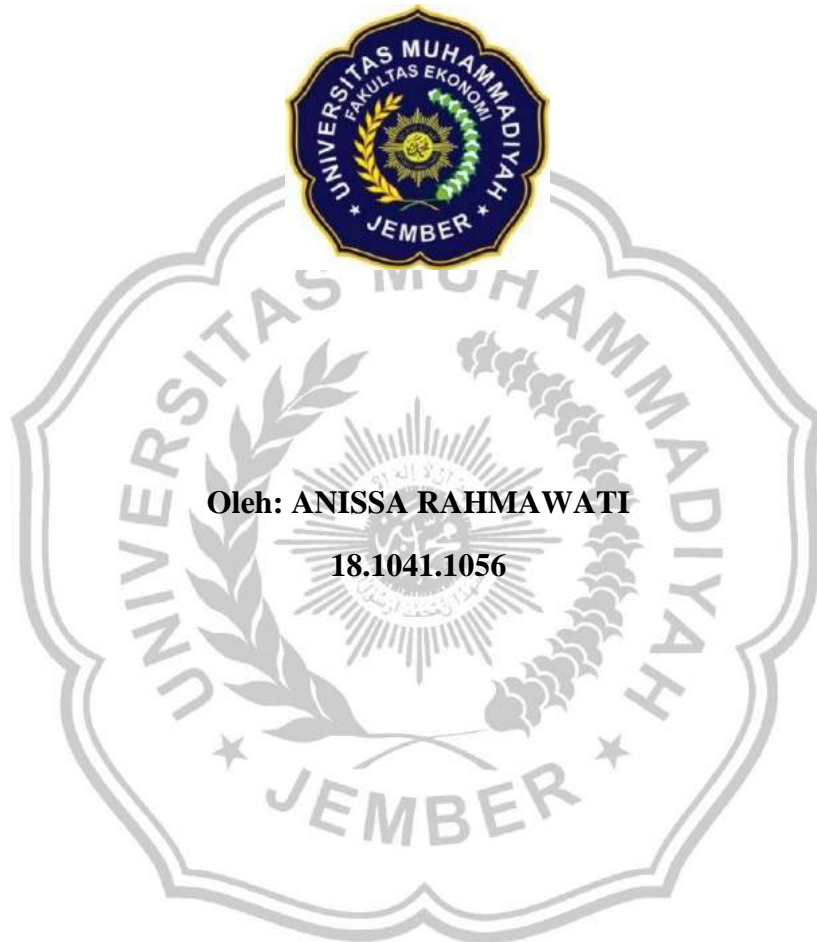
18.1041.1056

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

**2023**

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING  
DI ERA DIGITAL PADA UMKM DONAT RATU**

**SKRIPSI**



**Oleh: ANISSA RAHMAWATI  
18.1041.1056**

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

**2023**

## PERNYATAAN PENULIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anissa Rahmawati

NIM : 18.1041.1056

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING DI ERA DIGITAL PADA UMKM DONAT RATU; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka umum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 26 Juli 2023

menyatakan,  


Anissa Rahmawati

NIM. 18.1041.1056

PERSETUJUAN SKRIPSI

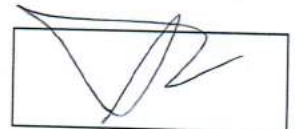
STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING  
DI ERA DIGITAL PADA UMKM DONAT RATU

Oleh : ANISSA RAHMAWATI

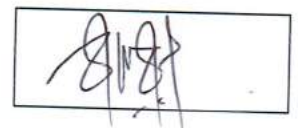
NIM. 18.1041.1056

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Akhmad Suharto MP.



Dosen Pembimbing Pendamping : Ira Puspitadewi S, SE, MM.



## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul; Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Era Digital pada UMKM Donat Ratu, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Anissa Rahmawati  
NIM : 1810411056  
Hari : Jum'at  
Tanggal : 21 Juli 2023  
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



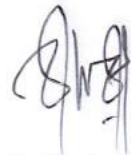
Maheni Ika Sari, SE., MM.  
NPK : 197708112005012001

Anggota 1,



Drs. Akhmad Suharto, M.P.  
MM.  
NPK. 1962120118906242

Anggota 2,



Ira Puspitadewi Samsuryaningrum, SE.,  
NPK. 1981072711703795

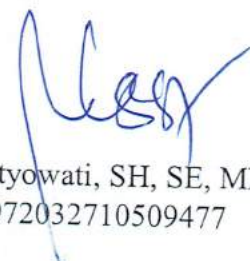
Mengesahkan :

Dekan,



Maheni Ika Sari, SE., MM.  
NIP. 197708112005012001

Ketua Program Studi



Trias Setyowati, SH, SE, MM.  
NPK. 1972032710509477

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasihNya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini saya mengucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Orang tua saya tercinta, *my lovely mom*, Nuryani yang tiada henti untuk selalu memberikan semangat dan memotivasi saya untuk terus berjuang, serta kasih sayangnya yang tulus untuk saya, dan doa yang tidak pernah putus pada setiap perjalanan hidup saya untuk menggapai cita-cita. *The love of my love, my dad*, Kartipan yang selalu mendoakan saya pada tiap tahap hidup saya, yang selalu mendukung dan mengarahkan saya untuk menjadi *the better of myself*, dan kasih sayangnya yang selalu tercurahkan kepada saya. Tiada kata yang dapat saya sampaikan melainkan ucapan terima kasih yang setulusnya dari hati yang ingin saya sampaikan atas segala usaha dan jerih payah pengorbanan mereka untuk saya selama ini.
2. Untuk adik-adik saya, Enggar Dwi Prasetya dan Arga Tri Maulana yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Untuk penyemangat hidup saya, *my biases, both in Korea and Japan*, yang selalu membuat saya bersemangat menjalani kehidupan ini agar menjadi pribadi yang lebih baik hingga saya menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Teman-teman dari Fakultas Ekonomi prodi Manajemen yang ikut menemani saya selama perjalanan kuliah ini. Terima kasih untuk dukungan yang luar biasa hingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

## MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

-QS. Al-Baqarah 286-

“Menuntut ilmu adalah taqwa. Menyampaikan ilmu adalah ibadah. Mengulang-ulang ilmu adalah zikir. Mencari ilmu adalah jihad”

-Abu Hamid Al Ghazali-

*“It’s not impossible, it’s just hard”*

-Bokuto Kotarou-





## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur selalu kami panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Di Era Digital Pada UMKM Donat Ratu.**

Tujuan penulisan skripsi ini adalah guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Sehubungan dengan itu penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Maheni Ika Sari, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang sudah memberikan kemudahan dalam pengurusan skripsi ini, dan selaku Dosen Penguji, terima kasih atas motivasi, saran, dan masukan-masukan selama menguji hingga skripsi saya dapat terselesaikan dengan baik.
3. Ibu Trias Setyowati, SH, SE, MM. selaku Kaprodi Manajemen dan Ibu Nursaidah, SE., MM. selaku Sekprodi Manajemen yang sudah memberikan kemudahan dalam pengurusan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Akhmad Suharto, M.P. selaku Dosen Pembimbing 1 dan Ibu Ira Puspitadewi Samsuryaningrum, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing 2, terimakasih atas motivasi, saran dan waktu bimbingannya serta masukan-masukan dalam kesempurnaan skripsi saya, dan terimakasih atas *support* dan kesabarannya selama bimbingan hingga skripsi saya terselesaikan dengan baik.
5. Untuk orang tua saya yang selalu mendoakan saya dan menyemangati saya, serta pengorbanannya selama hidup saya.
6. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu penulisan dalam penyelesaian skripsi ini, atas amal baik yang diberikan kepada penulis semoga dapat balasan dari Allah SWT.
7. Rekan-rekan penulis dan seluruh karyawan dari UMKM Donat Ratu, konsumen dari UMKM Donat Ratu dan kompetitor dari UMKM Donat Ratu yang telah banyak memberikan bantuan ikut berperan dalam memperlancar penelitian dan penulisan skripsi ini.

Jember, Juli 2023

Penulis



## DAFTAR ISI

## Halaman

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN PENULIS</b> .....	iii
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>MOTTO</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	7
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 Pemasaran.....	7
2.1.2 Konsep Pemasaran .....	8
2.1.3 Strategi Pemasaran .....	9
2.1.4 Bauran Pemasaran .....	12
2.1.5 Era Digital .....	17
2.1.6 Analisis SWOT .....	19
2.2 Penelitian Terdahulu .....	22
2.3 Kerangka Konseptual .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	27
3.1 Identifikasi Variabel.....	27
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	27
3.2.1 Faktor Internal .....	27
3.2.2 Faktor Eksternal .....	27
3.3 Desain Penelitian.....	27

3.4	Jenis Data .....	28
3.4.1	Data primer.....	28
3.4.2	Data sekunder.....	28
3.5	Sumber Data.....	28
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.6.1	Observasi.....	29
3.6.2	Wawancara.....	29
3.6.3	Dokumentasi.....	29
3.7	Uji Keabsahan Data.....	29
3.7.1	Uji Kredibilitas ( <i>Credibility</i> ).....	29
3.7.2	Uji <i>Dependability</i> .....	29
3.8	Teknik Analisis Data.....	30
3.8.1	Tahap Masukan ( <i>Input Stage</i> ) .....	30
3.8.2	Tahap Pencocokan ( <i>Matching Stage</i> ).....	31
3.8.3	Tahap Keputusan ( <i>Decision Stage</i> ) .....	34
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>		<b>35</b>
4.1	Gambaran Umum UMKM Donat Ratu .....	35
4.1.1	Sejarah UMKM Donat Ratu.....	35
4.1.2	Visi dan Misi UMKM Donat Ratu.....	36
4.1.3	Struktur Organisasi.....	36
4.1.4	Aspek Personalia.....	37
4.1.5	Aspek Pemasaran .....	37
4.1.6	Deskripsi Informan.....	38
4.2	Hasil Penelitian .....	39
4.2.1	Tahap Masukan Data ( <i>Input Stage</i> ).....	39
4.2.2	Tahap Pencocokan Data ( <i>Matching Stage</i> ).....	43
4.2.3	Tahap Keputusan ( <i>Decision Stage</i> ).....	48
4.3	Pembahasan.....	49
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>51</b>
5.1	Kesimpulan .....	51
5.2	Saran.....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>54</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>57</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Pengusaha Donat Di Kecamatan Kalisat.....	3
Tabel 3. 1 Tabel IFAS .....	30
Tabel 3. 2 Tabel EFAS .....	31
Tabel 4. 1 Faktor Internal dan Eksternal UMKM Donat Ratu .....	39
Tabel 4. 2 Hasil Kuesioner dan Pemberian Rating Faktor Internal .....	40
Tabel 4. 3 Hasil Kuesioner dan Pemberian Rating Faktor Eksternal .....	40
Tabel 4. 4 Perhitungan Bobot Faktor Internal .....	41
Tabel 4. 5 Perhitungan Bobot Faktor Eksternal .....	42
Tabel 4. 6 Matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS) .....	42
Tabel 4. 7 Matriks External Factor Analysis Summary (EFAS).....	43



## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1. 1 Grafik Omset Penjualan UMKM Donat Ratu 3 Tahun Terakhir .....	2
Gambar 1. 2 Grafik Omset Penjualan UMKM Donat Ratu 2022 .....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	26
Gambar 3. 1 Diagram SWOT .....	32
Gambar 3. 2 Matriks IE (Internal-Eksternal) .....	33
Gambar 3. 3 Matriks SWOT.....	34
Gambar 4. 1 Stand UMKM Donat Ratu .....	35
Gambar 4. 2 Grafik Omset Penjualan UMKM Donat Ratu Tahun 2022 .....	36
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi UMKM Donat Ratu.....	37
Gambar 4. 4 Produk UMKM Donat Ratu.....	38
Gambar 4. 5 Posisi UMKM Donat Ratu pada Diagram SWOT.....	44
Gambar 4. 6 Posisi UMKM Donat Ratu pada Matriks IE (Internal-Eksternal) .....	44
Gambar 4. 7 Strategi Alternatif UMKM Donat Ratu dengan Matriks SWOT .....	46



## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	57
Lampiran 2. Pertanyaan Untuk Informan .....	58
Lampiran 3. Pemberian Rating .....	59
Lampiran 4. Tabulasi Hasil Responden.....	60
Lampiran 5. Dokumentasi .....	61

