

**MENYUSUN STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS  
SWOT DI ERA DIGITAL PADA UMKM DONAT MOOI DI JALAN KALIMANTAN,  
KECAMATAN SUMBERSARI, KABUPATEN JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu

Syarat memperoleh gelar Sarjana

Manajemen



Penulis: Auliaul Fitria

2010411125

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

**2024**

**MENYUSUN STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS  
SWOT DI ERA DIGITAL PADA UMKM DONAT MOOI DI JALAN KALIMANTAN,  
KECAMATAN SUMBERSARI, KABUPATEN JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu

Syarat memperoleh gelar Sarjana

Manajemen



Penulis: Auliaul Fitria

2010411125

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

**2024**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Auliaul Fitria

NIM : 2010411125

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **MENYUSUN STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT DI ERA DIGITAL PADA UMKM DONAT MOOI DI JALAN KALIMANTAN, KECAMATAN SUMBERSARI, KABUPATEN JEMBER;** 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 hukum. jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

29 Juli, 2024.

  
METERAI  
TEMPEL  
Auliaul Fitria  
NIM. 20.1041.1125

**PERSETUJUAN SKRIPSI**

**MENYUSUN STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS  
SWOT DI ERA DIGITAL PADA UMKM DONAT MOOI DI JALAN KALIMANTAN,  
KECAMATAN SUMBERSARI, KABUPATEN JEMBER**

Oleh: AULIAUL FITRIA  
NIM: 2010411125

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Ahmad Izzuddin SE, MM


Dosen Pembimbing Pendamping : Dra, Wenny Murtalining Tyas. M. Si

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Menyusun strategi pemasaran dengan menggunakan analisis SWOT di era digital pada UMKM Donat Mooi di jalan Kalimantan, kecamatan sumbersari, kabupaten Jember telah diuji dan di sahkan oleh fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

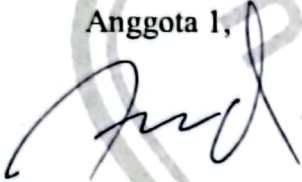
Nama : Auliaul Fitria  
NIM : 2010411125  
Hari : Senin  
Tanggal : 29, Juli, 2024  
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Uniersitas Muhammadiyah Jember

Time Penguji

  
Feti Fatimah, SE., MM.  
NPK.1979052510709622

Anggota 1,

Anggota 2,

  
Ahmad Izzudin, SE., MM.  
NPK. 1990100711605780

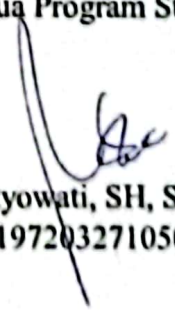
  
Dra, Wenny Murtalining Tyas, M., Si.  
NPK. 1964110818407039

Mengesahkan :

Dekan,

Ketua Program Studi

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

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

## PERSEMBAHAN

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

1. Orang tua saya tercinta bunda Ummul Hasanah yang tidak henti untuk mendo'akan saya di setiap detik dan langkahnya untuk menggapai cita-cita saya serta pelukan ibu dengan seorang anak tidak ada yang bisa menggantikannya dan kasih sayangnya yang begitu tulus untuk saya. Dan ayah tercinta Moh. Masrur yang selalu memberi semangat dan motivasi kehidupan untuk bekal saya kedepan serta do'a yang selalu dipanjatkan untuk saya. Tanpa mereka tidak terlahirlah saya, dan tanpa mereka saya bukan siapa-siapa. Tidak ada 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 M. Alfian Nasron Kamil dan M. Royhan Rhomadhoni yang telah hadir dengan memberikan semangat dan dukungan hingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Untuk penyemangat hidup saya Ari Puguh Permadi yang selalu membuat saya bersemangat menjalani kehidupan ini agar menjadi pribadi yang lebih baik dan memberikan semangat dukungan kepada saya hingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Teman-teman dari Fakultas Ekonomi prodi Manajemen yang ikut menemani saya selama perjalanan kuliah ini terutama kepada Rofiatul Ananda Putria dan Rita Amelia terimakasih dukungannya dan telah memberi semangat hidup disaat saya hampir kebingungan arah, mereka yang menuntun saya untuk kejalan yang benar sampai saya menemukan penyemangat hidup saya yang bernama Ari Puguh Permadi sampai sekarang sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

## MOTTO

“واحسنُ كما أحسنَ اللهُ إليك”

“Dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu”

(QS. Al-Qashash: 77)

“Lebih baik berjalan di masa muda untuk menggapai kesuksesan  
dari pada lari di hari tua untuk menggapai kesuksesan”

(Penulis)



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan penelitian tentang Strategi Meningkatkan Penjualan di Era Digital, yang menunjukkan bahwa faktanya konsumen telah terbiasa dengan pembelian secara online. Penerapan analisis SWOT juga salah satu strategi yang tepat agar dapat menghadapi persaingan serta meningkatkan daya saing untuk UMKM Donat Mooi, Penelitian ini dibuat untuk memecahkan masalah yang ada pada UMKM Donat Mooi, yaitu strategi alternatif pemasaran untuk meningkatkan daya saing pada era digital dengan analisis SWOT. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data dan informasi yang digunakan dalam penelitian ini didapatkan secara langsung melalui wawancara dan observasi, serta secara tidak langsung melalui studi pustaka. Hasil penelitian ini berdasarkan Diagram SWOT dan Matriks Internal-Eksternal menunjukkan bahwa UMKM Donat Mooi berada pada posisi Menjaga dan Bertahan (*Hold and Maintain*). Dengan hasil analisis Diagram SWOT dan Matriks IE (Internal-Eksternal), posisi UMKM Donat Mooi berada pada posisi yang menguntungkan sehingga strategi yang cocok digunakan adalah strategi intensif-agresif.

Kata kunci: Analisis SWOT, Era Digital, Matriks IE, Matriks SWOT, Strategi Pemasaran.





## ABSTRACT

*This research aims to conduct research on Strategies to Increase Sales in the Digital Era, which shows that in fact consumers have become accustomed to purchasing online. The application of SWOT analysis is also one of the right strategies to be able to face competition and increase competitiveness for Donut Mooi MSMEs. This research was created to solve problems that exist in Mooi Donut MSMEs, namely alternative marketing strategies to increase competitiveness in the digital era with SWOT analysis. This research uses descriptive qualitative research methods. The data and information collection methods used in this research were obtained directly through interviews and observations, as well as indirectly through literature study. The results of this research based on the SWOT Diagram and Internal-External Matrix show that Mooi Donut MSMEs are in a Hold and Maintain position. With the results of the SWOT Diagram and IE Matrix (Internal-External) analysis, the position of MSME Donut Mooi is in a profitable position so that the appropriate strategy to use is an intensive-aggressive strategy.*

*Keywords: SWOT Analysis, Digital Era, IE Matrix, SWOT Matrix, Marketing Strategy.*



## KATA PENGANTAR

Saya mengucapkan puja dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan karuniaNya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir atau Skripsi dengan judul "MENYUSUN STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT DI ERA DIGITAL PADA UMKM DONAT MOOI DI JALAN KALIMANTAN, KECAMATAN SUMBERSARI, KABUPATEN JEMBER." Syukur Alhamdulillah, skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan dengan batas waktu yang telah ditentukan. Yang sebagai mana merupakan salah satu persyaratan Fakultas untuk menyusun Skripsi dalam rangka menyelesaikan Laporan Tugas Akhir (LTA) pada Program Studi (S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulisan Tugas Akhir atau Skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik materi, moral, maupun spiritual. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini saya sebagai penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Maheni Ika Sari, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Dr.Trias Setyowati, SH, SE, MM.selaku Kepala Progam Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Ibu Ita Iftiatu Sakdiyah. selaku pemilik usaha UMKM Donat Mooi di jalan Klimantan, Kecamatan Summersari, Kabupaten Jember yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
5. Bapak Ahmad Izzudin SE, MM. selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dengan tekun dan disiplin dalam penulisan Skripsi ini.
6. Ibu Dra. Wenny Murtalining Tyas, M.Si. selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dengan tekun dan sabar dalam penulisan Skripsi ini.
7. Ibu Feti Fatimah SE, MM. selaku dosen penguji Skripsi yang telah bersedia memberikan kritik dan saran, bimbingan serta arahan yang bermanfaat demi menyempurnakan Skripsi ini.
8. Seluruh pegawai dan konsumen UMKM Donat Mooi jalan Kalimantan, Kecamatan Summersari, kabupaten Jember yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dalam penyusunan Skripsi ini.

Penulis

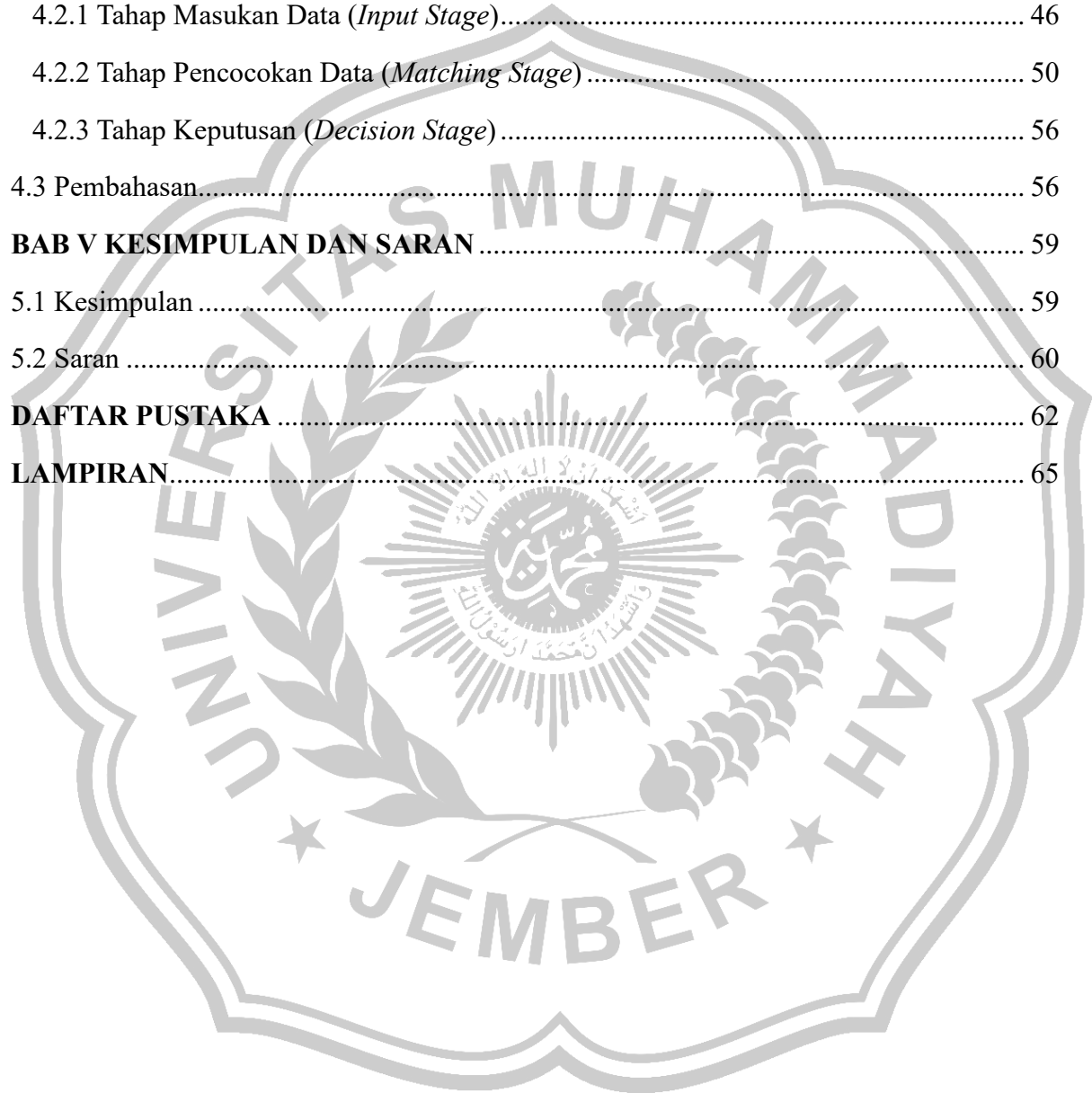
Auliaul Fitria

## DAFTAR ISI

<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>KATA PENGANTAR</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Strategi.....	9
2.1.2 Pemasaran.....	11
2.1.3 Konsep Pemasaran.....	12
2.1.4 Strategi Pemasaran.....	13
2.1.5 Bauran Pemasaran.....	16
2.1.6 Era Digital.....	21
2.1.7 Analisis SWOT.....	23

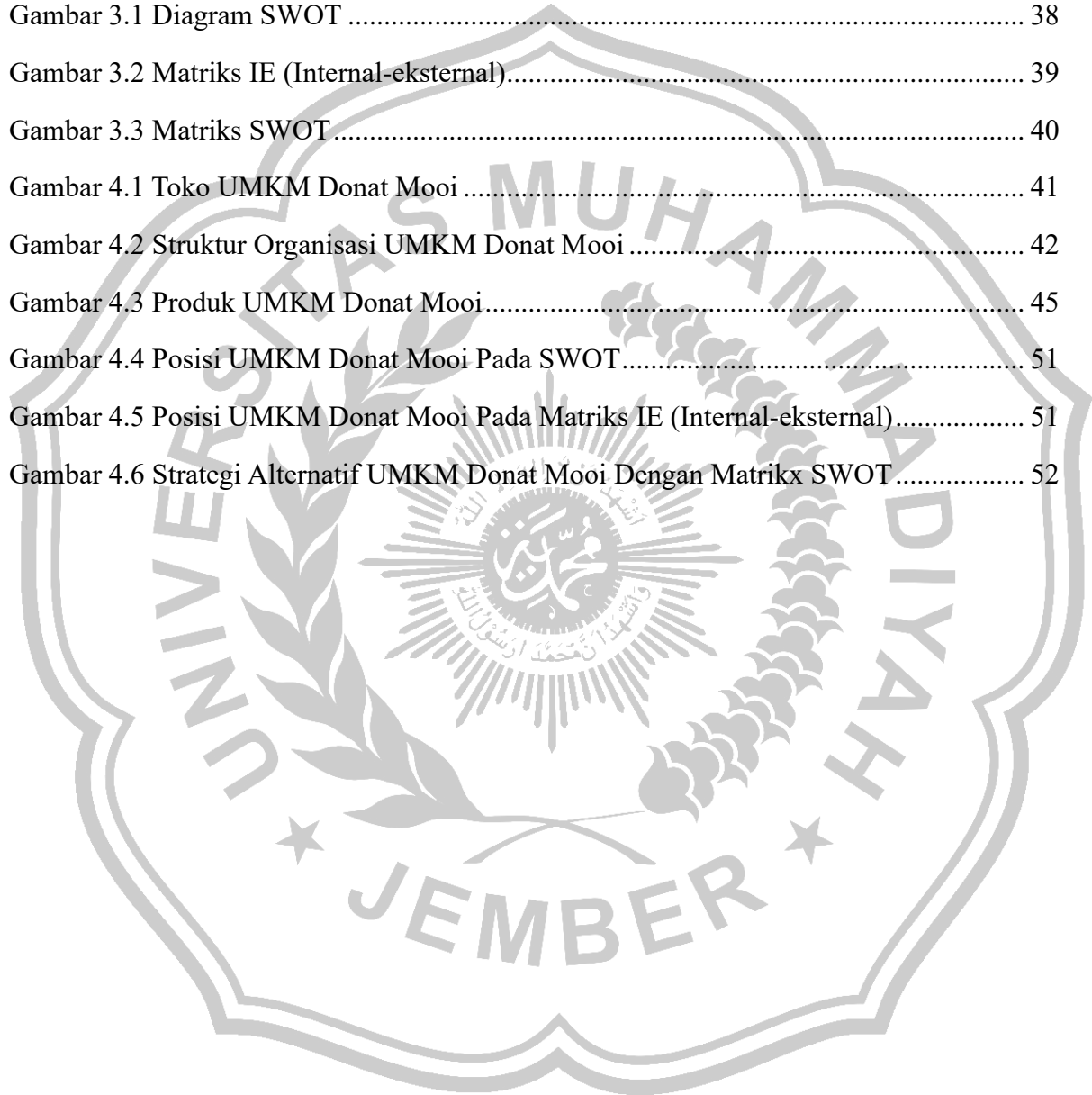
2.2 Penelitian Terdahulu .....	26
2.3 Kerangka Konseptual.....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Identifikasi Variabel .....	32
3.2 Definisi Operasional Variabel .....	32
3.2.1 Faktor Internal.....	32
3.2.2 Faktor Eksternal .....	33
3.3 Desain Penelitian .....	34
3.4 Jenis Data .....	34
3.4.1 Data primer .....	34
3.4.2 Data sekunder.....	34
3.5 Populasi.....	34
3.6 Sample.....	34
3.7 Teknik Pengambilan Sample.....	35
3.8 Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.8.1 Observasi.....	35
3.8.2 Wawancara .....	35
3.8.3 Dokumentasi .....	35
3.9 Uji Keabsahan Data .....	36
3.9.1 Uji Kredibilitas ( <i>Credibility</i> ).....	36
3.9.2 Uji Dependability.....	36
3.10 Teknik Analisis Data .....	36
3.10.1 Tahap Masukan ( <i>Input Stage</i> ) .....	36
3.10.2 Tahap Pencocokan ( <i>Matching Stage</i> ).....	37
3.10.3 Tahap Keputusan ( <i>Decision Stage</i> ).....	40
<b>BAB IV PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
4.1 Gambaran Ummum UMKM Donat Mooi .....	41
4.1.1 Sejarah UMKM Donat Mooi .....	41
4.1.2 Visi dan Misi UMKM Donat Mooi.....	42

4.1.3 Struktur Organisasi .....	42
4.1.4 Deskripsi Hasil Wawancara Dengan Responden .....	43
4.1.5 Aspek Pemasaran .....	45
4.1.6 Deskripsi Informasi.....	46
4.2 Hasil Penelitian .....	46
4.2.1 Tahap Masukan Data ( <i>Input Stage</i> ).....	46
4.2.2 Tahap Pencocokan Data ( <i>Matching Stage</i> ).....	50
4.2.3 Tahap Keputusan ( <i>Decision Stage</i> ).....	56
4.3 Pembahasan.....	56
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	59
5.1 Kesimpulan .....	59
5.2 Saran .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	62
<b>LAMPIRAN</b> .....	65



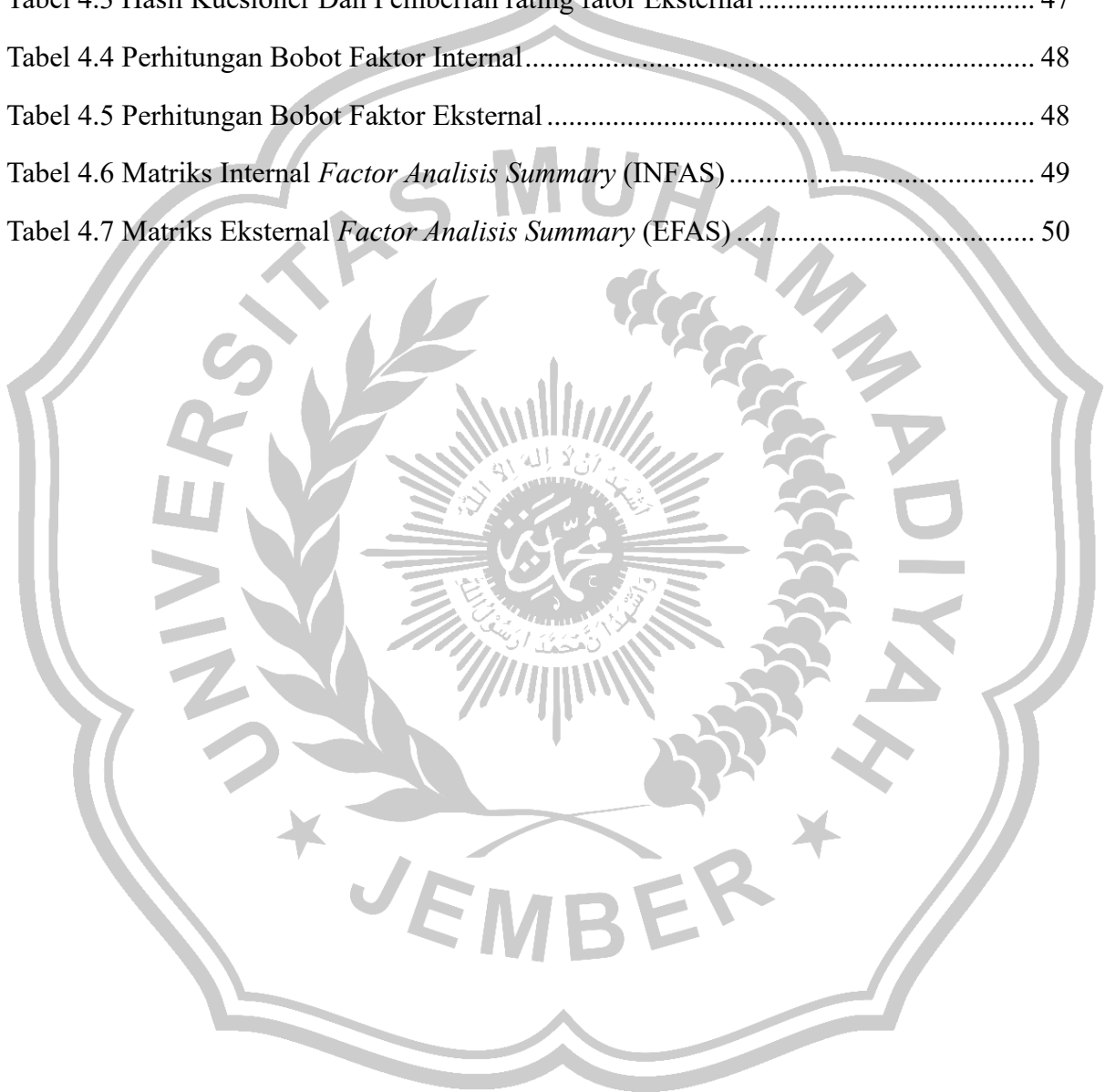
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Omset Penjualan UMKM Donat Mooi Dalam Jumlah Tahun.....	3
Gambar 1.2 Omset Penjualan UMKM Donut Mooi Tahun 2023.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	31
Gambar 3.1 Diagram SWOT .....	38
Gambar 3.2 Matriks IE (Internal-eksternal).....	39
Gambar 3.3 Matriks SWOT.....	40
Gambar 4.1 Toko UMKM Donat Mooi .....	41
Gambar 4.2 Struktur Organisasi UMKM Donat Mooi .....	42
Gambar 4.3 Produk UMKM Donat Mooi.....	45
Gambar 4.4 Posisi UMKM Donat Mooi Pada SWOT.....	51
Gambar 4.5 Posisi UMKM Donat Mooi Pada Matriks IE (Internal-eksternal).....	51
Gambar 4.6 Strategi Alternatif UMKM Donat Mooi Dengan Matrikx SWOT.....	52



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 UMKM Donat Di kecamatan Sumbersari.....	4
Tabel 4.1 Faktor Internal dan Eksternal UMKM Donat Mooi.....	46
Tabel 4.2 Hasil Kuesioner Dan Pemberian Rating Fator internal.....	47
Tabel 4.3 Hasil Kuesioner Dan Pemberian rating fator Eksternal.....	47
Tabel 4.4 Perhitungan Bobot Faktor Internal.....	48
Tabel 4.5 Perhitungan Bobot Faktor Eksternal.....	48
Tabel 4.6 Matriks Internal <i>Factor Analisis Summary</i> (INFAS).....	49
Tabel 4.7 Matriks Eksternal <i>Factor Analisis Summary</i> (EFAS).....	50



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	65
Lampiran 2. Petanyaan Untuk Informasi .....	67
Lampiran 3. Pemberian Rating .....	68
Lampiran 4. Tabulasi Hasil Responden .....	69
Lampiran 5. Dokumentasi.....	70

