

**PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN STP DALAM  
MENINGKATKAN DAYA SAING DI UD MEBEL ANEKA PARE  
KEDIRI**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh :**

**GILANG NURDIANSAH**

**15.1041.1107**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2019**

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Gilang Nurdiansah  
Nim : 15.10.411.107  
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar - benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN STP DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DI UD MEBEL ANEKA PARE KEDIRI** ; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada istitusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab 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 dimuka dihukum, jika ternyata dikemudian hari pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 24 april 2019

Yang menyatakan,

Gilang nurdiansah  
NIM. 15.1041.1107

# **SKRIPSI**

## **PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN STP DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DI UD MEBEL ANEKA PARE KEDIRI**



**Oleh :**

**GILANG NURDIANSAH**

**NIM. 15.1041.1107**

**Pembimbing :**

**Dosen Pembimbing Utama : Budi Santoso,SE,MM,M.Ak**

**Dosen Pembimbing Pendamping : Nursaidah,SE,MM**

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul: *Penerapan Strategi Pemasaran Stp Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Ud Mebel Aneka Pare Kediri*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Gilang Nurdiansah

Hari : Rabu

Tanggal : 24 April 2019

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Feti Fatimah, SE,MM  
NPK: 07 09 622

Anggota 1

Anggota 2

Budi Santoso,SE,MM,M.Ak  
NPK: 10 03 711

Nur Saidah,SE,MM  
NPK: 15 09 637

Mengesahkan:

Dekan

Ketua Jurusan

Dr.Arik Susbiyani,SE,M.Si  
NPK: 01 09 289

Haris Hermawan,SE,MM  
NPK: 15 03 643

## MOTTO

“Allah akan meninggikan orang – orang yang beriman diantaramu dan orang – orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat”

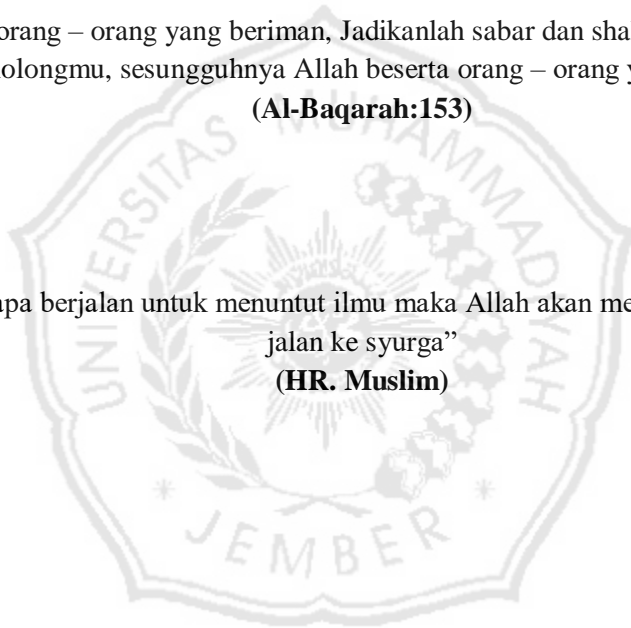
**(QS. Al Mujadilah; 11)**

“Hai orang – orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalatmu sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang – orang yang sabar”

**(Al-Baqarah:153)**

“Barang siapa berjalan untuk menuntut ilmu maka Allah akan memudahkan baginya jalan ke syurga”

**(HR. Muslim)**



## 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 terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Allah SWT atas segala berkah rahmat dan rizki-Nya, serta kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.
2. Orang tua yang senantiasa memberi do'a, dukungan, kepercayaan, dan memberikan motivasi serta kasih sayang dan pengorbanan selama ini.
3. Seluruh anggota keluarga, saudara, yang selalu mendoakan hingga terselesaikannya Skripsi ini.
4. Adikku violita anggi, yang selalu menemani saya selama survey di lapang.
5. Teman seperjuangan Skripsi, yang selalu membantu saya dalam segala hal
6. Dr. Arik Subiani, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberi ijin penelitian kepada penulis.
7. Drs. Anwar, M.Sc, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
8. Staf pengajar semua dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang memberikan ilmu dan bimbingan kepada saya terutama :  
Bapak Budi Santoso, SE, MM, Ak, selaku dosen pembimbing utama,  
Ibu Nursaidah, SE, MM, selaku dosen pembimbing pendamping  
Ibu Feti Fatima, SE, MM, selaku dosen penguji
9. Bapak Udin selaku pemilik toko UD Mebel Aneka yang telah memberikan ijin untuk saya meneliti.
10. Almamaterku yang aku cintai dan aku banggakan.
11. Semua teman-teman di Jurusan Manajemen angkatan 2015, yang telah memberikan kontribusi, dukungan, ide yang inspiratif, dan kritikan. Terimakasih atas semua kontribusi yang kalian berikan.

## **ABSTRAK**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu suatu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah. dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci. Teknik pengumpulan data yang dilakukan menggunakan cara triangulasi atau gabungan. Data dikumpulkan dengan observasi, wawancara, dokumentasi. analisis data melalui reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan atau verifikasi. dimana tujuannya adalah untuk mengetahui secara sistematis tentang fokus penelitian yang meliputi segmentasi, targeting, dan positioning. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa dari penerapan strategi pemasaran segmenting, targeting, dan positioning yang dilakukan oleh UD Mebel Aneka Pare Kediri menunjukkan distribusinya masih belum maksimal, sehingga UD Mebel Aneka Pare Kediri masih belum bisa memaksimalkan potensi pasar yang ada di Kabupaten Kediri. Promosinya yang masih menggunakan mulut ke mulut masih menjadi andalan di UD Mebel Aneka Pare Kediri. Meskipun metode yang digunakan tersebut sesuai dengan konsep pemasaran akan tetapi UD Mebel Aneka Pare Kediri ingin menambah metode promosinya dengan memanfaatkan teknologi yang ada saat ini. seperti halnya ingin menggunakan media iklan sebagai metode promosinya.

Kata Kunci : segmentasi, targeting, positioning

## **ABSTRACT**

*This research uses descriptive qualitative approach, a research method that is used to examine the conditions of natural objects. where the researcher is as a key instrument. The technique of data collection conducted using triangular or combined. Data collected by observation, interviews, documentation. analysis of data through the reduction of the data, the presentation of the data, the withdrawal of the conclusion or verification. where his goal is to know systematically about the focus of research that include segmentation, targeting, and positioning. From the results of the study showed that of the implementation of the marketing strategy for segmenting, targeting, and positioning done by UD Mebel Aneka Pare Kediri showed its distribution is still not a maximum, so UD Mebel Aneka Pare Kediri still have not been able maximize the potential of the existing market in Kediri Regency. They are still using Word of mouth is still a mainstay in the UD Mebel Aneka Pare Kediri. Although the method used in accordance with the concept of marketing but UD Mebel Aneka Pare Kediri want to add methods of promotion is by utilizing technologies that exist today. as does want to use advertising media as a method of promotion.*

*Keyword : segmentation, targeting, positioning*



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN STP DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DI UD MEBEL ANEKA PARE KEDIRI”.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua Orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, dukungan dan perhatiannya yang tak terbatas. Terimakasih untuk segalanya.
2. Dr. Arik Susbiani, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberi ijin penelitian kepada penulis.
3. Drs. Anwar, M.Sc, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
4. Staf pengajar semua dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang memberikan ilmu dan bimbingan kepada saya terutama :  
Bapak Budi Santoso, SE, MM, Ak, selaku dosen pembimbing utama,  
Ibu Nursaidah, SE, MM, selaku dosen pembimbing pendamping  
Ibu Feti Fatima, SE, MM, selaku dosen penguji
5. Bapak Udin selaku pemilik toko UD Mebel Aneka yang telah memberikan ijin untuk saya meneliti.
6. Almamaterku yang aku cintai dan aku banggakan.
7. Semua teman-teman di Jurusan Manajemen angkatan 2015, yang telah memberikan kontribusi, dukungan, ide yang inspiratif, dan kritikan. Terimakasih atas semua kontribusi yang kalian berikan.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan

saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.



Jember, 24 april 2019

Penyusun

Gilang nurdiansah

## 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>PERSEMBAHAN SKRIPSI</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<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 .....	7
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	8
2.2 Pengertian Konsep Pemasaran .....	8
2.3 Pengertian Strategi.....	9
2.3.1 Perumusan Strategi .....	9
2.3.2 Segmentation, Targeting, Dan Positioning.....	9
2.3.3 Segmentasi .....	10
2.3.4 Target .....	12
2.3.5 Posisi .....	14
2.4 Perilaku Konsumen .....	15
2.5 Pengertian Daya Saing.....	16
2.5.1 Penentu Daya Saing .....	17
2.6 Penelitian Terdahulu.....	18
2.7 Kerangka Pemikiran .....	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	20
3.1 Jenis Penelitian Dan Pendekatan.....	20
3.2 Sumber Data Penelitian .....	20
3.3 Unit Analisis .....	21
3.4 Fokus Penelitian .....	21

3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	22
3.7 Pengujian Keabsahan Data.....	22
3.7.1 Uji Kepercayaan .....	22
3.7.2 Uji Dependability.....	22
3.8 Analisis Data .....	23
3.8.1 Tahapan Pengumpulan Data.....	23
3.8.2 Tahap Analisis Data.....	23
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>25</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	25
4.1.1 profil Perusahaan .....	25
4.1.2 Visi Misi Ud Mebel Aneka Pare Kediri .....	25
4.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	26
4.3 Aspek Personalia .....	27
4.3.1 Jumlah Tenaga Kerja .....	27
4.3.2 Jam Kerja Karyawan.....	28
4.3.3 Sistem Upah .....	28
4.4 Aspek Pemasaran .....	28
4.4.1 Daerah Pemasaran .....	28
4.4.2 Strategi Pemasaran.....	28
4.4.3 Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing.....	29
4.5 Deskripsi Informan .....	31
4.6 Data Hasil Penelitian .....	31
4.7 Hasil Penelitian Dan Pembahasan .....	32
4.7.1 Segmentasi .....	32
4.7.2 Targeting .....	35
4.7.3 Positioning.....	36
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>38</b>
5.1 Kesimpulan .....	38
5.2 Saran.....	38
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>40</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Nilai Ekspor Furniture Berbahan Baku Kayu .....	2
Tabel 1.1 Peran Ekspor Subsektor Industri Furniture .....	4
Tabel 1.1 Omset Penjualan Ud Mebel Aneka Pare Kediri .....	6
Tabel 2.6 Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 3.3 Sampel Penelitian .....	21
Tabel 4.3.1 Jumlah Tenaga Kerja Ud Mebel Aneka Pare Kediri .....	27
Tabel 4.5 Informan Kunci .....	31



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.7 Kerangka Konseptual.....	19
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Ud Mebel Aneka Pare Kediri.....	26



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1:	Pedoman Wawancara
LAMPIRAN 2 :	Hasil Wawancara
LAMPIRAN 3 :	Dokumentasi Penelitian
LAMPIRAN 4 :	Abstrak Penelitian Terdahulu



## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan, 1999. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Assauri, Sofyan, 1999. *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep Dan Strategi*, Rajawali Press, Jakarta., 2004. *Manajemen Pemasaran*, Rajawali Press, Jakarta
- Andrews, K, 2004, *The Concept of Corporate of Strategy*, Irwin, Homewood.
- Basu Swastha DH., 1992, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi kedua, Cetakan keempat, Liberty, Yogyakarta.
- Creswell, J.W. (2010). *research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.
- Hartono, hendri, dkk 2012. *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan Dengan Menetapkan Alumni Dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian*. Universitas Bina Nusantara Jakarta.
- Indiantoro Dan Bambang Supomo. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta BPFE. 1999
- Jurnal STIE SEMARANG, vol 5, NO 2, Edisi juni 2013 . (Yuliana R . 2013)
- Kuncoro, M., 2006, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitive*, Penerbit Airlangga, Jakarta.
- Kasali, Renald. 1998. *Membidik Pasar Indonesia, Segmentasi Targeting dan Positioning*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Phillip, dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Ed.12. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip, 1994. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*, Erlangga, Jakarta. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*, Erlangga, Jakarta. 2000. *Marketing Management*, Prentice Hall, New Jersey
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2001. *Marketing Management*, Prenhallindo, Jakarta
- Kartajaya, Hermawan, 1996, *Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Global*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.



- Kotler dan Armstrong, 1997, *Marketing I*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip & Armstrong G., 2004, *Principle of Marketing*, 10th edition / International Edition, Prentice Hall, New Jersey
- Kotler, (2005). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Ed.12. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, (2005). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Ed.12. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Lubis. 2004. *Asesmen berkelanjutan. Konsep dasar, tahapan pengembangan dan contoh*. Surabaya: UNESA university press.
- Moleong,L.J.2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Edisi Revisi*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Michael dkk, 2002, *The Competitive Advantage of Nation*, The free Press, The Third Evenue New York.
- Nitisemito, Alex S., 1986, *Marketing*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Porter, Michael E., 2003, *The Competitive Advantage of Nation*, The free Press, The Third Evenue New York.
- Pasigi,Aris.2009.*pentingnya konsep dan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis*.Universitas Muhhamadiyah Makasar.Makasar
- Rismiyati dan Ig. Bondan Suratno, 2001. *Pemasaran Barang dan Jasa*, Kanisius, Yogyakarta
- Suparmoko, 2007, *Pengantar Ekonomika Mikro*, BPFE, Yogyakarta.
- Suwarsono dan lubis, 2004, *Manajemen Strategik*, UPP AMP, YKPN, Yogyakarta.
- Sugiyono, 2004, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung
- Suharsimi Arikunto,1992, *Statistik Untuk Ekonomi Dan Niaga Jilid I*, Edisi Kelima, Tarsito, Bandung.
- Sugiyono,(2008). *metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta
- Tjiptono (2008) ., *Manajemen Pemasaran Modern*