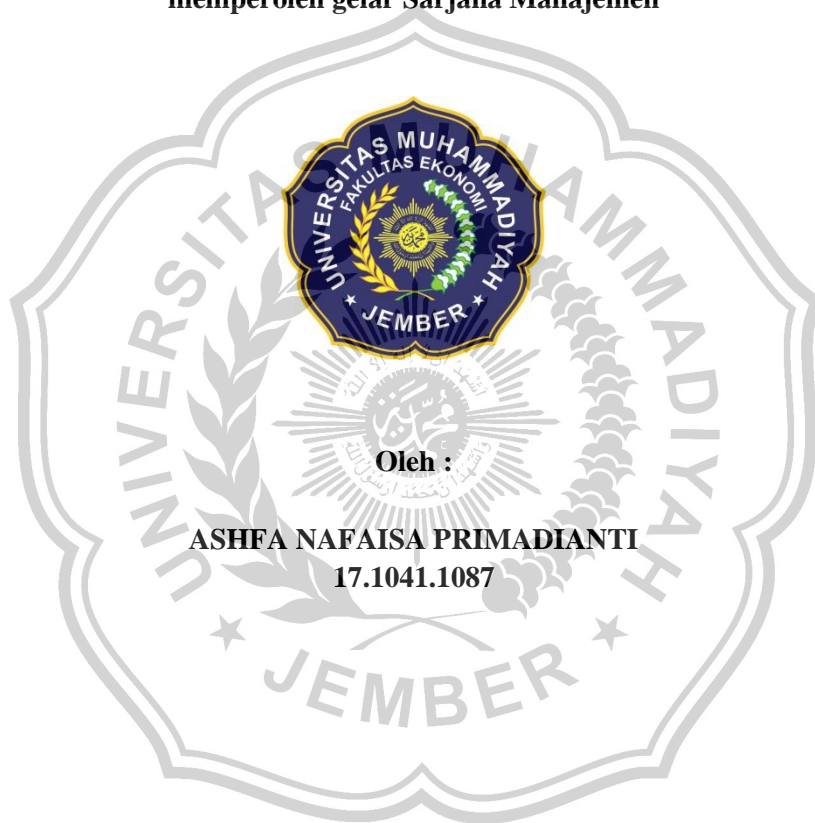


**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU BADAN USAHA
MILIK DESA (BUMDES) SIDO MAKMUR SIDODADI TEMPUREJO**

SKRIPSI

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



Oleh :

ASHFA NAFAISA PRIMADIANTI

17.1041.1087

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2021**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ashfa Nafaisa Primadianti

Nim 1710411087

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDES) SIDO MAKMUR SIDODADI TEMPUREJO** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan subtransi telah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya.

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 dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, April 2021

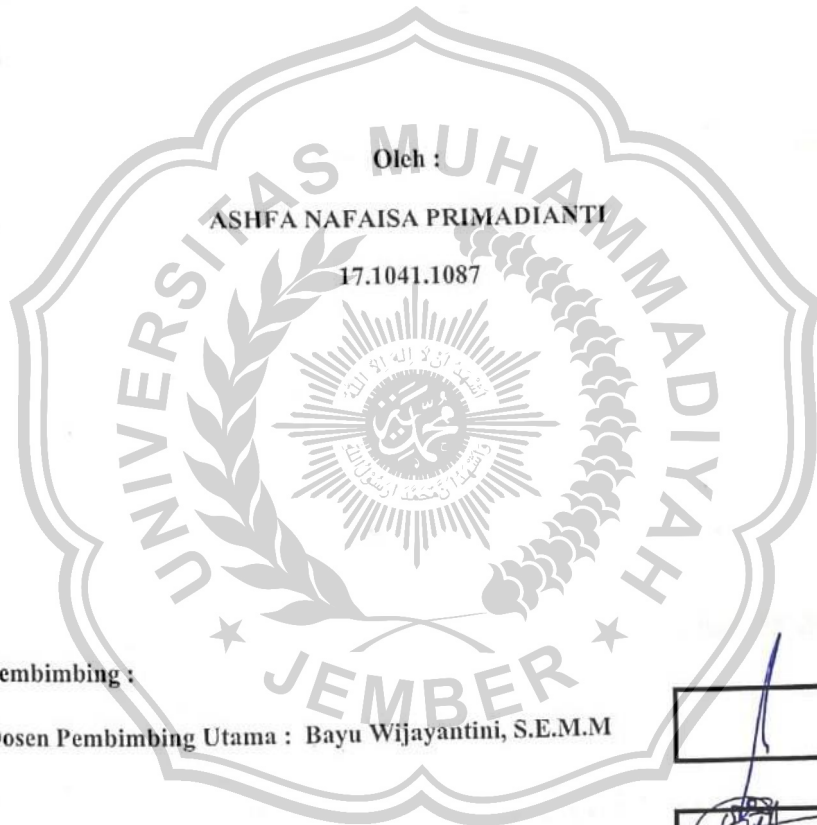


Ashfa Nafaisa Primadianti

Nim. 17.1041.1087

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU BADAN USAHA
MILIK DESA (BUMDES) SIDO MAKMUR SIDODADI, TEMPUREJO**



Oleh :

ASHFA NAFAISA PRIMADIANTI

17.1041.1087

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Bayu Wijyantini, S.E.,M.M

Dosen Pembimbing Pendamping : A. Hasan Hafidzi, S.E.,M.M



PENGESAHAN

Skripsi berjudul ; *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Sido Makmur Sidodadi Tempurejo*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Ashfa Nafaisa Primadianti


Nim 1710411087

Hari : Senin

Tanggal : 26 April 2021

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember


Tim Penguji


Maheni Ika Sari, SE.MM.
NIP:197708112005012001

Anggota 1,

Anggota 2,


Bayu Wijayantini, SE.MM
NPK : 1979021711009661


Achmad Hasan Hafidzi, SE..MM
NPK : 15 09 047

Mengesahkan :



Maheni Ika Sari, SE.MM
NIP :197708112005012001



Achmad Hasan Hafidzi SE.MM
NPK : 15 09 047

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDES) SIDO MAKMUR SIDODADI TEMPUREJO, Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Allah SWT. yang telah memberikan segala nikmat yang takterhingga. Terimakasih atas ridho dan kehendak-Mu sehingga hamba-Mu ini dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Dr. Hanafi M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember,
3. Maheni Ika Sari, SE.,MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Achmad Hasan Hafidzi, SE.,MM., selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Maheni Ika Sari, SE.,MM., selaku dosen penguji, Bayu Wijyantini SE.MM., sebagai pembimbing utama dan Achmad Hasan Hafidzi SE.MM., sebagai pembimbing pendamping skripsi yang telah meluangkan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan skripsi ini.
6. Kedua orang tua Ayahanda M. Khozin dan Ibunda Suryati Andayani yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan hati mencurahkan cinta, kasih sayang serta doa beliau dan dukungan yang tiada pernah berhenti dalam penyusunan skripsi ini.
7. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan masukan dan saran dari semua pihak agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jember , April 2021

Ashfa Nafaisa primadianti

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT. yang telah melimpahkan segala rahmat-Nya, nikmat kesehatan, serta pemahaman dan kehadiran Allah Subhanhu Wata'ala atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDES) SIDO MAKMUR SIDODADI TEMPUREJO, Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Allah SWT. yang telah memberikan segala nikmat yang takterhingga. Terimakasih atas ridho dan kehendak-Mu sehingga hamba-Mu ini dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Terimakasih kepada Bapak Dr. Hanafi M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember,
3. Terimakasih kepada Ibu Maheni Ika Sari, SE.,MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Terimakasih kepada Bapak Achamad Hasan Hafidzi, SE.,MM., selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Terimakasih kepada Ibu Maheni Ika Sari, SE.,MM., selaku dosen penguji, Ibu Bayu Wijyantini SE.MM., sebagai pembimbing utama dan bapak Achmad Hasan Hafidzi SE.MM., sebagai pembimbing pendamping skripsi yang telah meluangkan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan skripsi ini.
6. Kedua orang tua Ayahanda M. Khozin dan Ibunda Suryati Andayani yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan hati mencurahkan cinta, kasih sayang serta doa beliau dan dukungan yang tiada pernah berhenti dalam penyusunan skripsi ini.
7. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan “Team Work”, saudara-saudara tercinta Asni, Fanda, Karim, Hasbi, adik tingkat tercinta Vivil dan kakak tingkat yang banyak membantu Mbak Rofin dan Mbak Derby. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan masukan dan saran dari semua pihak agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN PENULIS	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
PERSEMBAHAN	xi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR GRAFIK	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	6
2.1.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	7
2.1.3 Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>) 4P.....	9
2.1.4 Pengertian Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	9
2.1.5 Bentuk-Bentuk Komunikasi Pemasaran Terpadu	11
2.1.6 Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu	12
2.1.7 Faktor –Faktor Dalam Menyusun Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu	13
2.1.7.1 Analisis Faktor Lingkungan Internal	13
2.1.7.2 Analisis Faktor Lingkungan Eksternal.....	14
2.1.8 Indikator Perumusan Strategi Komunikasi.....	16
2.1.8.1 Matriks <i>SWOT</i>	16
2.1.8.2 QSPM (<i>Quantitive Strategic Planning</i> <i>Matrix</i>)	18
2.1.9 Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) dan Jenis	

Usaha Milik Bumdes.....	19
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Kerangka Konseptual.....	25
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Identifikasi Variabel.....	27
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	27
3.3 Desain Penelitian	29
3.4 Jenis Data	30
3.5 Populasi dan Sampel	31
3.5.1 Populasi	31
3.5.2 Sampel.	31
3.5.2.1 Teknik Pengambilan Sampel	32
3.6 Teknik Pengukuran variabel	33
3.7 Teknik Pengumpulan data.....	34
3.8 Unit Analisis	35
3.9 Teknik Analisis Data.....	35
3.9.1 Identifikasi <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	38
3.9.2 Identifikasi <i>External Factor Evaluation</i> (IFE).....	41
3.9.3 Perhitungan Bobot, Rating dan Skor untuk Matriks EFE dan IFE	41
3.9.4 Tahap Pencocokan (<i>Matching Stage</i>) Matriks IE dan Matriks SWOT.....	41
3.9.5 Tahap Keputusan (<i>Decision Stage</i>) dengan Matrik Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM).....	43
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.1 Gambaran Umum Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Toserba Sido Makmur, Sidodadi Tempurejo.....	51
4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Toserba Sido Makmur Sidodadi, Tempurejo.....	52
4.1.2.1 Visi Bumdes Toserba Sido Makmur Sidodadi, Tempurejo	52
4.1.2.2 Misi Bumdes Toserba Sido Makmur Sidodadi, Tempurejo	52
4.1.2.3 Tujuan Bumdes Toserba Sido Makmur Sidodadi, Tempurejo	52
4.1.3 Struktur Organisasi Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Sido Makmur Sidodadi, Tempurejo.....	52
4.2 Hasil Analisis Data	55

4.2.1 Hasil Identifikasi Faktor Internal Komunikasi Pemasaran Terpadu Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Toserba Sido Makmur Sidodadi, Tempurejo.....	55
4.2.2 Hasil Identifikasi Faktor Eksternal Komunikasi Pemasaran Terpadu Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Toserba Sido Makmur Sidodadi, Tempurejo.....	59
4.2.3 Tahap Masukan Data (<i>Input Stage</i>) Identifikasi <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE) dan Identifikasi <i>External Factor Evaluation</i> (EFE).....	63
4.2.4 Tahap Pencocokan (<i>Matching Stage</i>) Matriks IE dan Matriks SWOT.....	70
4.2.4.1 Matriks Internal Eksternal (IE)	70
4.2.4.2 Matriks SWOT.....	73
4.2.5 Tahap Keputusan (<i>Decision Stage</i>).....	80
4.3 Pembahasan.....	88
4.3.1 Hasil Matriks IFE dan EFE Komunikasi Pemasaran Terpadu Bumdes Toserba Sido Makmur Sidodadi Tempurejo.....	88
4.3.2 Hasil Matriks SWOT Komunikasi Pemasaran Terpadu Bumdes Toserba Sido Makmur Sidodadi Tempurejo.....	88
4.3.3 Prioritas Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dengan Matriks QSPM.....	89
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	93

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Matriks SWOT <i>Strength, Weakness, Opportunities, Threats</i>	17
Tabel 3.1 Data Perhitungan <i>proportionate stratified random sampling</i>	32
Tabel 3.2 Matriks <i>Internal Factor Evaluation (IFE)</i>	35
Tabel 3.3 Matriks <i>External Factor Evaluation (IFE)</i>	38
Tabel 3.4 Matriks <i>Strength, Weakness, Opportunities (SWOT)</i>	43
Tabel 3.5 Matriks <i>Quantitive Strategic Planning Matrix (QSPM)</i>	44
Tabel 4.1 Kekuatan dan kelemahan Bumdes Sido Makmur Sidodadi Tempurejo	58
Tabel 4.2 Peluang dan ancaman Bumdes Sido Makmur Sidodadi Tempurejo	62
Tabel 4.3 Matriks <i>Internal Factor Evaluation (IFE)</i>	64
Tabel 4.4 Matriks <i>External Factor Evaluation (IFE)</i>	68
Tabel 4.5 Matriks SWOT komunikasi pemasaran terpadu Bumdes Sido Makmur Sidodadi Tempurejo	73
Tabel 4.6 Matriks QSPM komunikasi pemasaran terpadu Bumdes Sido Makmur Sidodadi Tempurejo	81

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual	25
Gambar 3.1 Matriks Internal Eksternal (IE).....	42
Gambar 4.1 Stuktur Organisasi Bumdes Sido Makmur Sidodadi Tempurejo..	52
Gambar 4.2 Matriks IE Bumdes Sido Makmur Sidodadi Tempurejo	71



DAFTAR GRAFIK

Halaman

Grafik 1.1 Data penjualan Barang Bumdes Sido Makmur Sidodadi Bulan Januari-Desember (dalam satuan unit).....	3
--	---



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Lampiran Pengantar Pertanyaan Wawancara Tertutup (<i>In-Depth Interview</i>) dan Kuisoner	95
Lampiran 2 Rekapitulasi Kuisoner Matriks IFE dan EFE	109
Lampiran 3 Surat Telah Melaksanakan Penelitian.....	118
Lampiran 4 Dokumentasi.....	119

