

**STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH (UMKM) QUAS SABLON MEDAN**

SKRIPSI



disusun oleh

FICTOR HASIHOLAN MANIK

18.92.0108

**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2023**

**STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH (UMKM) QUAS SABLON MEDAN**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar akademik

Pada jenjang Program Sarjana - Program Studi Kewirausahaan



disusun oleh

FICTOR HASIROLAN MANIK

18.92.0108

**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

PERSETUJUAN SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) QUAS SABLON MEDAN

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Fictor Hasiholan Manik

18.92.0108

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 20 Februari 2023

Dosen Pembimbing



Suyatmi, S.E., M.M.

NIK. 190302019

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) QUAS SABLON MEDAN

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Fictor Hasiholan Manik

18.92.0108

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 20 Maret 2023

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Suyatmi, S.E., M.M.

NIK. 190302019

Tanda Tangan



Tanti Prita Hapsari, S.E., M.Si.

NIK. 190302303



Yusuf Amri Amrullah, S.E., M.M.

NIK. 190302308



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.

NIK. 190302125

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Fictor Hasiholan Manik
Nim : 18.92.0108
Fakultas : Ekonomi dan Sosial
Jurusan : Kewirausahaan

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Quas Sablon Medan**", skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan semestinya.

Yogyakarta, 20 Maret 2023

Saya yang menyatakan :



Fictor Hasiholan Manik

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa ,yang telah melimpahkan berkatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Quas Sablon Medan**” tepat waktu. Penelitian ini bertujuan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di Program Studi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta).
3. Suyatmi, S.E., M.M. selaku ketua Program Studi S1 Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta membantu dalam terlaksanakannya penulisan skripsi ini hingga selesai.
4. Suyatmi, S.E., M.M selaku pembimbing yang telah dengan sabar, tekun, tulus dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikiran, memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama penyusunan skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan dibangku kuliah sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Bapak Sardi Asmed selaku pemilik Quas Sablon Medan yang telah memperbolehkan penulis untuk meneliti ditempat usaha bapak dan memberikan jawaban-jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penulis serta ilmu yang bermanfaat untuk penulis dan kelancaran penulisan skripsi ini.

7. Terimakasih untuk orang tua penulis atas segala doa dan kasih sayang yang tulus pada setiap langkah penulis. Terimakasih karena selalu memotivasi, mensupport serta selalu mendukung apapun yang penulis lakukan. Terima kasih karna selalu menjadi inspirasi terbaik penulis.

Demikian, semoga skripsi ini dapat diterima sebagai ide/gagasan yang menambah kekayaan intelektual bangsa terkhususnya di bidang Pemasaran.

Yogyakarta, 16 Juni 2023

Penulis :



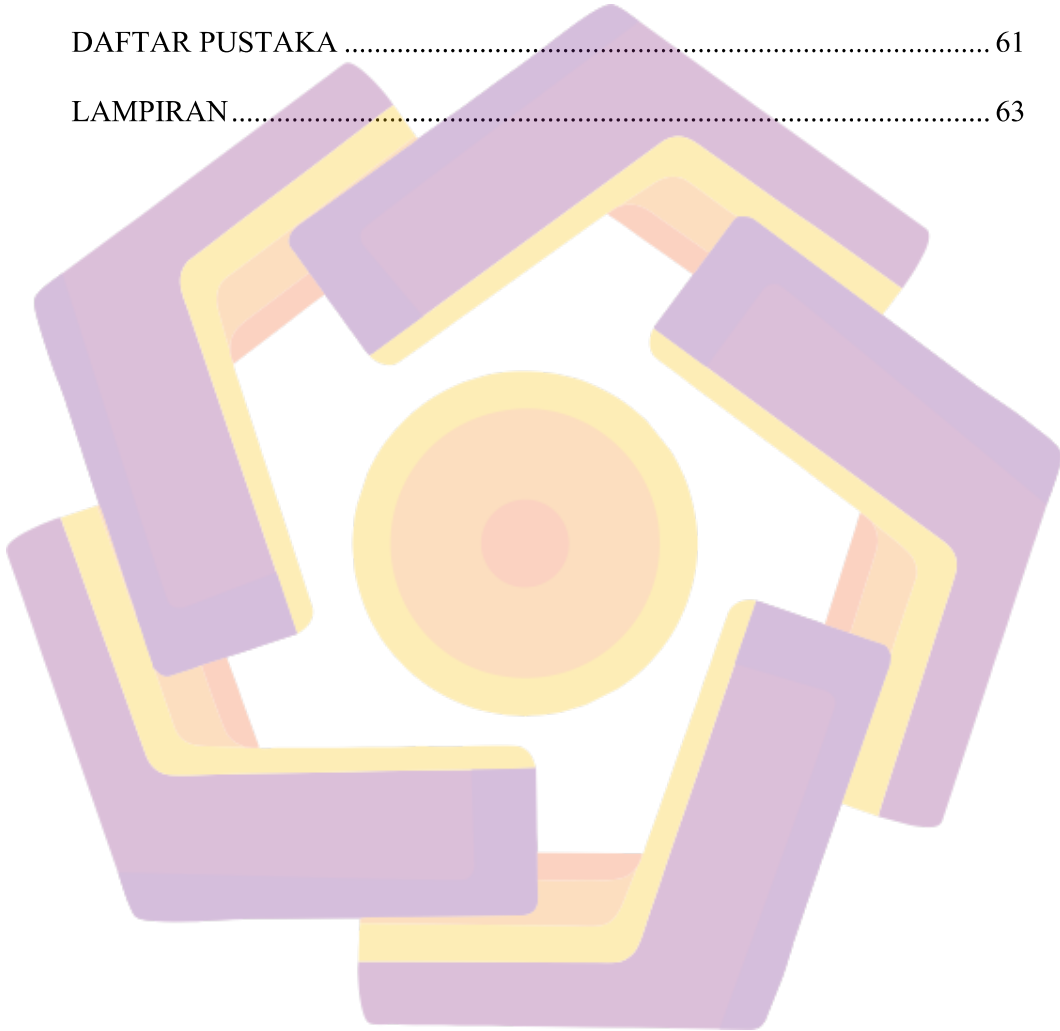
Fictor Hasiholan Manik
NIM. 18.92.0108

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Sistematika Pembahasan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1. Definisi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	9
2.1.2. Strategi Pemasaran.....	10
2.1.3. Marketing Mix	15
2.1.4. STP (Segmentation, Targeting, Positioning)	25
2.1.5. Tujuan Strategi Pemasaran.....	26
2.1.6. Analisis SWOT	27

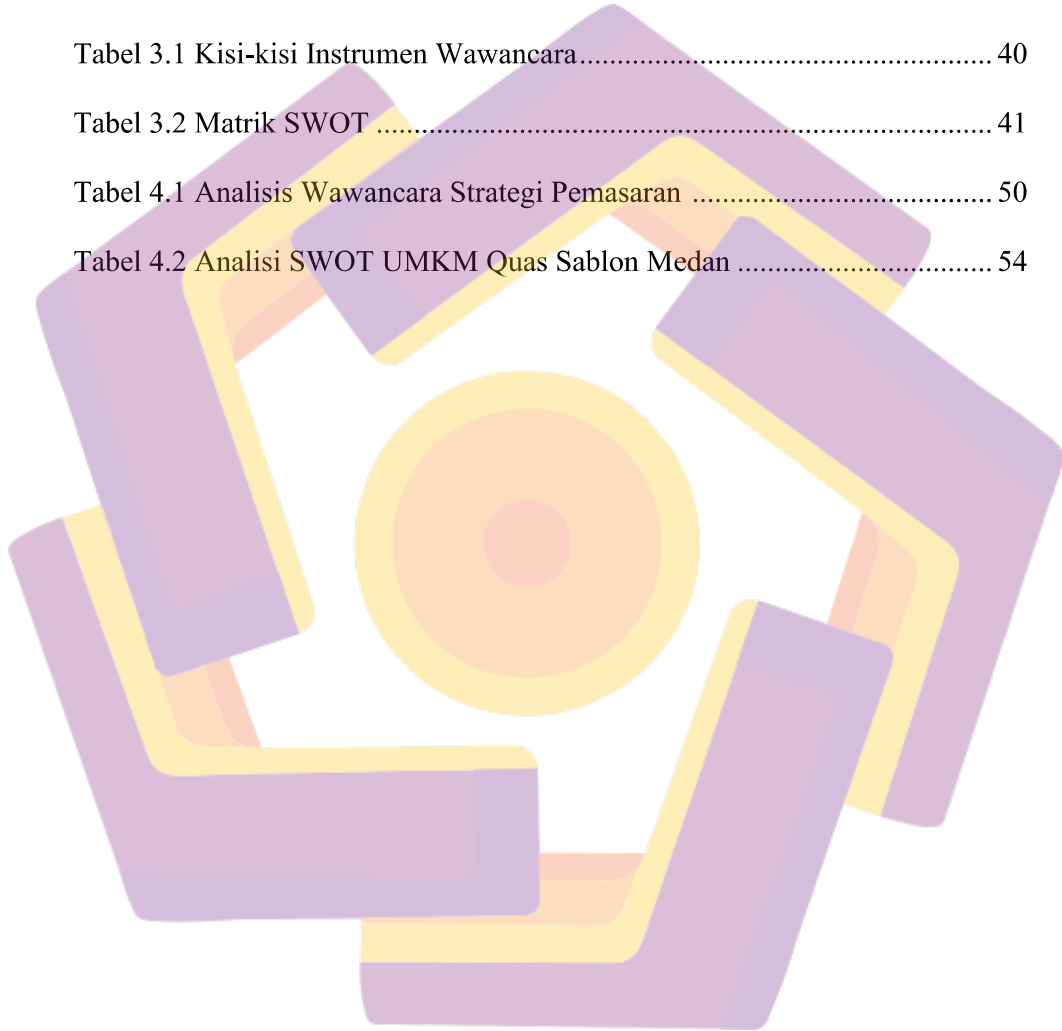
2.2. Penelitian Terdahulu	29
2.3. Kerangka Pikir	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1. Objek Penelitian.....	36
3.1.1. Pemilihan Lokasi	36
3.1.2. Periode Waktu Penelitian.....	36
3.2. Jenis dan Sumber Data.....	36
3.2.1. Jenis Penelitian.....	36
3.2.2. Fokus Penelitian.....	37
3.2.3. Sumber Data Penelitian.....	38
3.2.4. Pengumpulan Data Penelitian	38
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	39
3.4. Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1. Gambaran Umum.....	43
4.1.1. Sejarah Berdirinya Quas Sablon Medan	43
4.1.2. Visi dan Misi Quas Sablon Medan	44
4.1.3. Struktur Organisasi Quas Sablon Medan	44
4.2. Hasil Analisis Data.....	48
4.2.1. Observasi Pada Quas Sablon Medan	48
4.2.2. Analisis Hasil Wawancara	50
4.3. Pembahasan.....	52
4.2.1. STP (Segmentation, Targeting, Positioning)	52

4.2.1. Analisis SWOT	53
BAB V PENUTUP.....	58
5.1. Kesimpulan	58
5.2. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	63



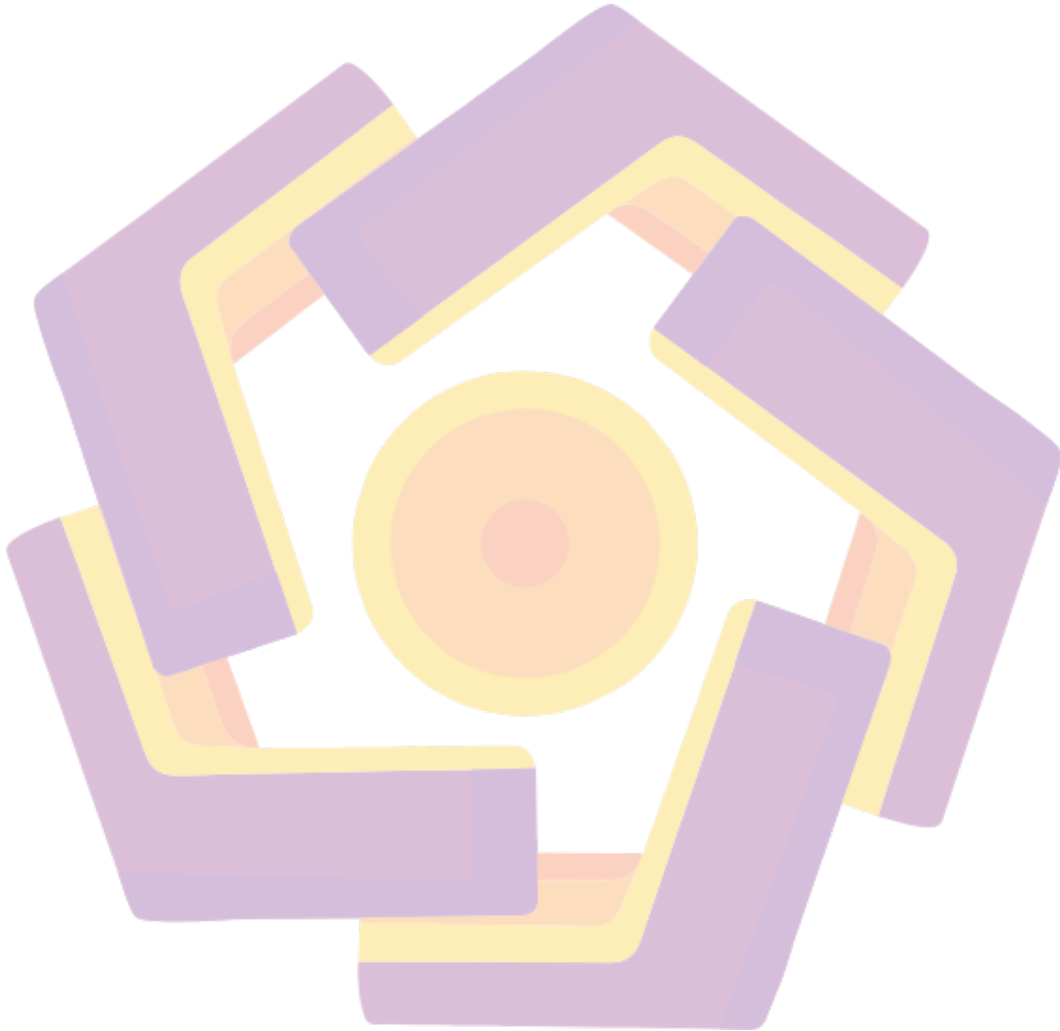
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Quas Sablon Medan Tahun 2019-2021	4
Tabel 2.1 Analisis SWOT	27
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen Wawancara.....	40
Tabel 3.2 Matrik SWOT	41
Tabel 4.1 Analisis Wawancara Strategi Pemasaran	50
Tabel 4.2 Analisi SWOT UMKM Quas Sablon Medan	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	34
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Quas Sablon Medan	44



ABSTRAK

Fictor Hasiholan Manik. NIM: 18.92.0108. “Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Quas Sablon Medan”. *Skripsi*. 2023. Jurusan Kewirausahaan. Fakultas Ekonomi dan Sosial. Universitas Amikom Yogyakarta. Pembimbing: Suyatmi , SE, M.M

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, UMKM, SWOT.

Strategi adalah langkah-langkah yang digunakan dalam suatu perusahaan atau usaha untuk menjalankan usahanya dalam mencapai tujuan perusahaan. Strategi pemasaran merupakan strategi atau langkah-langkah yang digunakan dalam pemasaran untuk memasarkan produknya agar sampai ke sasaran pasar. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat dalam suatu perusahaan digunakan analisis faktor internal dan analisis faktor eksternal perusahaan.

Tujuan penelitian untuk memaksimalkan strategi pemasaran pada UMKM Quas Sablon Medan dengan menggunakan analisis SWOT. Data diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. Jenis data yaitu penelitian lapangan dengan menggunakan kualitatif. Analisis data menggunakan matriks SWOT. Lokasi penelitian Gg. Lestari No.3A. Kecamatan Medan Sunggal, Kota Medan, Sumatera Utara.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa untuk memaksimalkan strategi pemasaran dari hasil analisis matrik SWOT adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan kekuatan dan peluang yaitu dengan menjaga hasil produksi agar tetap berkualitas dan unggul, meningkatkan pelayanan yang baik terhadap pelanggan, menjaga kepercayaan pelanggan, memperluas pemasaran dengan meningkatkan kegiatan promosi dan dapat membuka usaha baru ditempat lain.
2. Berdasarkan kekuatan dan ancaman yaitu dengan menerapkan harga yang bersaing pada produk yang ditawarkan, meningkatkan pelayanan yang baik dan ramah terhadap pelanggan, menambah kreatifitas desain dalam sablon dan berusaha memiliki mesin cetak baru
3. Berdasarkan kelemahan dan peluang yaitu dengan mengusahakan menambah karyawan saat banyaknya minat konsumen, melakukan kegiatan promosi yang maksimal ke masyarakat, memperluas lahan parkir untuk pelanggan, menjamin kerusakan barang konsumen, dan berani mengambil resiko dengan menambah modal dengan melakukan pinjaman ke pemerintah melalui BUMN.
4. Berdasarkan kelemahan dan ancaman yaitu dengan menerapkan harga yang kompetitif namun tidak merugikan, memperhatikan kualitas dan keinginan pelanggan, hasil desain sablon dan mutu pelayanan yang baik terhadap pelanggan.