

IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGEMBANGKAN PRODUK UMKM EKSOTEAK MABKHARA JEPARA



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S 1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Disusun oleh

ZABIB ABDILLAH
NIM. 131110001015

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAMNAHDLATUL ULAMA
JEPARA
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN

IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGEMBANGKAN PRODUK UMKM EKSOTEAK MABKHARA JEPARA

Skripsi ini telah disetujui pembimbing dan siap untuk dipertahankan
di hadapan tim penguji skripsi program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Nama : Zabib Abdillah
NIM : 131110001015
Program Studi : Manajemen

Disetujui oleh Pembimbing,



A. Khoirul Anam, S.E., M.Si.
NIY. 1 800421 06 041

Tgl. 5 – Oktober – 2019

HALAMAN PENGESAHAN

**IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DALAM
MENGEMBANGKAN PRODUK UMKM EKSOTEAK MABKHARA
JEPARA**

Nama : Zabib Abdillah

N I M : 131110001015

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah dipertahankan di Hadapan Penguji
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Pada hari Minggu, tanggal 6 Oktober 2019

Penguji I



H. Much Amron, SE., MM.

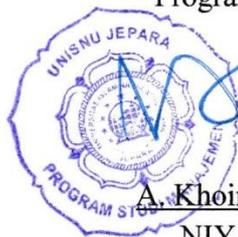
Penguji II



Nurul Komaryatin SE., M.Si.

Mengesahkan,

Ketua
Program Studi Manajemen



A. Khoirul Anam, S.E., M.Si.
NIY. 1 800421 06 041

MOTTO

“Allah mengangkat derajat Orang-orang yang Beriman
diantara kalian dan orang-orang yang diberi Ilmu”

(QS. Al-Mujadalah)

“Barang siapa ingin mendapatkan Dunia harus dengan Ilmu
dan barang siapa ingin mendapatkan Akhirat harus dengan Ilmu
dan barang siapa ingin mendapatkan Keduanya maka harus dengan Ilmu”

(H.R. Bukhori)

“Jika kau tak sanggup menahan perihnya Belajar,
Maka kau harus sanggup menahan Pahitnya Kebodohan”

(Imam Syafi'i)

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dari Program S-1 jurusan Manajemen seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar Strata 1 (S-1) dari Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara maupun dari perguruan tinggi lain.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Dengan ini menyatakan sebagai berikut :

1. Skripsi berjudul : “IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGEMBANGKAN PRODUK UMKM EKSOTEAK MABKHARA JEPARA”
2. Saya juga mengakui bahwa hasil karya akhir ini, dapat diselesaikan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari pembimbing Bapak A. Khoirul Anam, S.E., M.Si.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima **PENCABUTAN GELAR AKADEMIK** yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai peraturan perundangan yang berlaku.

Jepara, 4 Oktober 2019



Zabib Abdillah
NIM: 131110001015

ABSTRAK

Kerajinan kayu di Jepara menjadi kekuatan utama sebagai ciri industri dan terbukti mampu menyumbang 34,56% PDRB atau jumlahnya lebih dari 7.460 unit usaha dengan nilai produksi lebih dari 3,8 Triliun rupiah dan menyerap lebih dari 86 ribu tenaga kerja sepanjang Tahun 2018 (jepara.go.id, 2019). Maka adanya produk baru dari sektor kerajinan kayu menjadi peluang dan tantangan bagi UMKM di Kabupaten Jepara. Salah satu produk tersebut adalah Mabkhara atau tempat membakar dupa dalam tradisi masyarakat arab yang mulai dipakai oleh masyarakat Indonesia. Produk Mabkhara dari hasil olahan kayu menjadi kekuatan utama sebagai ciri khas produk kota Jepara, kualitas barang yang bagus dibanding dengan para pesaing yang lebih dulu memulai usaha mampu membuat produk ini diterima di masyarakat. Namun di sisi lain minat masyarakat Jepara khususnya para kaum muda terhadap keterampilan mengolah kayu mulai mengikis, sehingga regenerasi para perajin kayu semakin langka dan kondisi kerajinan kayu semakin terancam. Maka diperlukan strategi pengembangan produk untuk mengetahui langkah strategis yang digunakan agar produk olahan kayu khas Jepara dapat dipertahankan.

Penelitian ini berusaha memecahkan masalah dengan menggambarkan problematika yang terjadi dengan mengumpulkan data-data baik data primer maupun data sekunder dengan metode analisis SWOT. Metode Kualitatif yang digunakan adalah sebagai alat untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi perkembangan produk kemudian dirumuskan sehingga mendapatkan hasil-hasil strategi yang seharusnya digunakan untuk keberlangsungan kedepannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk yang diidentifikasi menunjukkan hasil strategi ST, yaitu dengan menciptakan strategi menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman yang ada. Strategi yang dapat digunakan diantaranya adalah: Memperbanyak penjualan, Mempertahankan Nilai (Ciri Khas) Jepara, Menciptakan model baru, Memunculkan fungsi lain selain sebatas sebagai tempat membakar dupa.

Kata Kunci : *SWOT, UMKM, Kerajinan Kayu, Mabkhara*

KATA PENGANTAR

Bismillah, Alhamdulillah, Syukur terucap atas segala limpahan Rahmat dan Ridha-Nya sehingga Penulis diberi kesempatan menyelesaikan Penyusunan Skripsi dengan Judul “Implementasi Strategi Pemasaran dalam Mengembangkan Produk UMKM Eksoteak Mabkhara Jepara”.

Penyusunan Skripsi ini merupakan Tugas terakhir sebagai Mahasiswa yang telah menyelesaikan Studi untuk meraih Gelar Akademik pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.

Selama penyusunan tentu Penyusun mendapatkan banyak bantuan, dorongan serta bimbingan dari banyak pihak. Berangkat dari itu, pada lembar ini penyusun menyempatkan diri untuk mengucapkan terimakasih dan salam ta'dzim kepada :

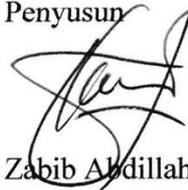
1. Bapak Dr. Sa'dullah Assaidi, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Nahdlatul Ulama (UNISNU) Jepara.
2. Bapak Much. Imron, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama (UNISNU) Jepara.
3. Bapak A. Khoirul Anam, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama (UNISNU) Jepara.
4. Bapak A. Khoirul Anam, S.E., MM. sebagai Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama (UNISNU) Jepara yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan.
6. Bapak Ahmad Asnawi Firdaus selaku Owner Eksoteak mabkhara dan Narasumber utama yang telah memberikan keterbukaan informasi dalam penelitian ini.
7. Bapak Muhammad Muchlis selaku narasumber kedua yang telah memberikan informasi dalam penelitian ini.

8. Dinas Koperasi, UMKM, Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kabupaten Jepara, khususnya Bapak Arifin, ST., MM. yang sudah memberikan informasi faktual mengenai keterkaitan yang ada dengan penelitian ini.

Kesalahan dan kekurangan sudah pasti termuat dalam penyusunan skripsi ini. Maka tentu penulis berharap adanya kritik saran serta arahan dari semua pembaca untuk mengembangkan dan menyempurnakan penelitian ini. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi segala pihak, dan akhir kata Jazaakumullah.

Jepara, September 2019

Penyusun



Zabib Abdillah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Ruang Lingkup Penelitian	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pengertian Strategi.....	7
2.1.2 Pengertian Pemasaran.....	12
2.1.3 Strategi Pemasaran.....	15
2.1.4 Konsep Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	17
2.1.5 Pengertian UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah).....	19
2.1.6 Analisis Lingkungan Internal (IFAS).....	22
2.1.7 Analisis Lingkungan Eksternal (EFAS).....	23
2.1.8 Analisis SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunities, and Threatment</i>).....	23
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	27
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Jenis Penelitian.....	36
3.1.1 Jenis Data.....	36
3.2 Subjek dan Sumber Data.....	37
3.2.1 Subjek Penelitian.....	37
3.2.2 Sumber Data Penelitian.....	37
3.3 Informan Penelitian.....	39

3.4	Metode Pengumpulan Data	39
3.4.1	Metode Wawancara	40
3.4.2	Dokumentasi.....	41
3.4.3	Observasi.....	41
3.5	Metode Analisis Data	41
3.6	Teknik Keabsahan Data.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		52
4.1	Deskripsi dan Objek Penelitian	52
4.1.1	Sejarah Eksoteak Mabkhara	52
4.1.2	Kondisi Produk Eksoteak Mabkhara.....	54
4.1.3	Pemasaran Eksoteak Mabkhara.....	55
4.2	Analisis Data Pembahasan	56
4.2.1	Analisis IFAS (Kekuatan dan Kelemahan)	56
4.2.2	Analisis EFAS (Peluang dan Ancaman)	63
4.3	Analisis SWOT.....	68
4.4	Analisis Keabsahan Data	75
4.4.1	Perumusan Strategi UMKM Eksoteak Mabkhara	80
4.4.2	Implementasi Strategi Pemasaran Eksoteak Mabkhara	87
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		91
5.1	Simpulan.....	91

5.2	Saran	93
	DAFTAR PUSTAKA	95
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	98

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matrix SWOT.....	25
Tabel 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 EFAS.....	43
Tabel 3.2 IFAS.....	44
Tabel 3.3 Matriks Strategi SWOT.....	46
Tabel 4.1 Pemetaan Hasil Wawancara.....	75
Tabel 4.2 Analisis Matriks SWOT.....	78
Tabel 4.3 Analisis IFAS.....	82
Tabel 4.4 Analisis EFAS.....	84
Tabel 4.5 Hasil IFAS dan EFAS.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	35
Gambar 2	98
Gambar 3	98
Gambar 4	99
Gambar 5	99
Gambar 6	100
Gambar 7	100
Gambar 8	101
Gambar 9	101
Gambar 10	102

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	98
Lampiran 2	103