

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING
UMKM PENJUALAN PEMPEK KANDO DI JAKARTA MELALUI
*E-COMMERCE***



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

OLEH:

**M. GABRIEL APRINALDI
NPM 062130600165**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG**

2024

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING
UMKM PENJUALAN PEMPEK KANDO DI JAKARTA MELALUI
E-COMMERCE**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Menyelesaikan Salah Satu Syarat Menyelesaikan Pendidikan
Diploma III Program Studi Administrasi Bisnis Pada Jurusan
Adminisrasi Bisnis Polieknik Negeri Sriwijaya**

OLEH:

M. GABRIEL APRINALDI

NPM 062130600165

Menyetujui,

Palembang, 05 Agustus 2024

Pembimbing II,

Pembimbing I,

**Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., .Ec., CHE
NIP 197705212006042001**

**Haris Willianto, S.H., M.H
NIP 196812032001121001**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis**

**Dr. Hori Setiawan, S.E., M.AB., CPMA
NIP 19760222002121001**

**Koordinator Program Studi
D III Administrasi Bisnis**

**Fetty Maretha, S.E., M.M.
NIP 198203242008012009**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA

Jalan Srijaya Negara, Palembang 30139

Telp. 0711-353414 Fax. 0711-355918

Website : www.polisriwijaya.ac.id E-mail : info@polsri.ac.id



SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Gabriel Aprinaldi
NPM : 062130600165
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Administrasi Penjualan
Judul Laporan Akhir : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Penjualan Pempek Kando Di Jakarta Melalui *E-Commerce*

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan saya plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, 16 Agustus 2024

Ya: _____ staan,



M. Gabriel Aprinaldi

NPM 062130600165

LEMBAR PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

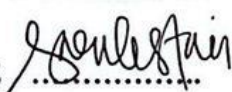
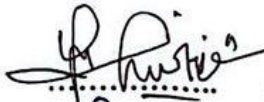
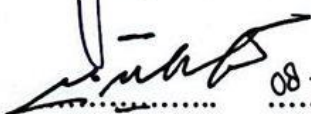
Nama : M. Gabriel Aprinaldi
NPM : 062130600165
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Administrasi Penjualan
Judul Laporan Akhir : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Penjualan Pempek Kando Di Jakarta Melalui E-Commerce

Telah Dipertahankan Dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
dan Dinyatakan LULUS

Pada Hari: Kamis

Tanggal : 08 Agustus 2024

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Dr. Sari Lestari Z. Ridho, S.E., M.Ec., CHE Ketua Penguji		05-08-2024
2.	Dra. Yusleli Herawati, M.M Anggota Penguji		01-08-2024
3.	Yusnizal Firdaus, S.E., M.M Anggota Penguji		06-08-2024
4.	Haris Wilianto, S.H., M.H Anggota Penguji		08-08-2024

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Semua jatuh bangunmu hal yang biasa, angan dan pertanyaan waktu yang menjawabnya, berikan tenggat waktu yang menjawabnya, rayakan perasaan sebagai manusia.”

(Baskara- Hindia)

“Tidak ada mimpi yang gagal, yang ada hanyalah mimpi yang tertunda. Cuma sekira kalo temen-temen merasa gagal dalam mencapai mimpi jangan khawatir mimpi-mimpi lain bisa diciptakan”

(Windah Basudara)

Kupersembahkan kepada:

- **Diri Sendiri**
- **Kedua Orang Tua**
- **Adikku tersayang**
- **Sahabat-sahabat terbaik ku**
- **Teman-teman kelas 6 NC**
- **Dan Almamater tercinta**

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan laporan akhir ini, saya banyak sekali mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Beny Bandanadjaja, S.T., M.T. selaku Plt Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., CPMA. selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M. selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi D3 Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
5. Ibu Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec., CHE selaku Dosen Pembimbing I yang telah mengarahkan dan membimbing penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
6. Bapak Haris Wilianto, S.H., M.H selaku pembimbing II yang telah mengarahkan dan membimbing penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
7. Bapak Muhammad David Djulian, A.Md.T selaku owner dari Pempek Kando yang telah memberikan izin dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
8. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan seluruh Karyawan/karyawati Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang yang telah memberikan bekal ilmu yang sangat bermanfaat sehingga kami dapat menyelesaikan laporan ini.
9. Panutanku, Ayahanda Drs. Hamsah (ALM), terimakasih telah membuatku ada di dunia ini, rasa kasih sayangmu yang selalu ada di dalam diriku walau kau sudah mendahului ke surga. Semoga kita dapat berjumpa lagi.
10. Pintu Surgaku, Ibunda Nuryala, yang selalu memberikan kasih sayang, memotivasi dan do'anya dalam setiap penulis. Semoga Allah senantiasa

melindungi dan memberikan Kesehatan, rezeki serta kebahagiaan di dunia dan akhirat. *Aaamiinn*.

11. Terimakasih ku ucapkan kepada kakek tercinta, Alimuddin (ALM) yang selalu menunggu kepulangan penulis dari rantau, yang selalu memberikan semangat dan motivasi untuk lulus dalam perkuliahan serta sukses di dunia. Namun di saat penulis mengerjakan laporan akhir ini beliau pergi mendahului ke surga Allah SWT.
12. Kakak dan adik ku, David dan Dinda yang telah memberikan doa, dukungan baik secara moril maupun materil kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan dengan baik.
13. Sahabat-sahabat terbaikku dari masa sekolah hingga kuliah, Charisa, Mutiara, Zakiah, Martin, Fadel, yang selalu memberikan semangat, canda tawa, dan motivasi agar penulis semangat dalam mengerjakan laporan akhir. Semoga kita sukses di dunia dan akhirat.
14. Rekan-rekan mahasiswa 6NC, terkhusus Syafiq, Kemas, Tamara, Indi, Gading, Viona, Violita, Ivana yang telah bersama-sama berjuang dan memberikan motivasi dalam menempuh Pendidikan selama perkuliahan.
15. *Last but not least* diri saya sendiri yang mampu dan sudah berjuang dan bertahan hingga saat ini.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang ikut membantu penulis dalam menyelesaikan laporan akhir ini, Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan karunia dan Rahmat-Nya kepada kita semua.

Palembang,Juli 2024

Penulis

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan khadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini tepat pada waktunya. Laporan Akhir ini penulis buat dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan pada Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan Akhir ini berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Penjualan Pempek Kando Di Jakarta Melalui *E-Commerce*” Laporan Akhir ini membahas tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing UMKM dan penjualan Toko Pempek Kando dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan daya saing UMKM penjualan Pempek Kando di Jakarta Melalui *E-Commerce*.

Penulis menggunakan riset lapangan dan riset kepustakaan sebagai metode pengumpulan data. Penulis melakukan wawancara langsung dengan pemilik Toko Pempek Kando dan mengumpulkan data melalui sumber referensi berupa buku atau literatur yang berkaitan dengan masalah yang penulis bahas. Penulis menggunakan analisis kualitatif yaitu berupa uraian dengan menggunakan data-data, literatur-literatur maupun buku-buku yang berhubungan dengan masalah yang dihadapi serta menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat. Hasil penelitian penulis membuktikan pada analisis matriks SWOT diperoleh formulasi 6 strategi yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan daya saing UMKM penjualan Pempek Kando strategi tersebut dari hasil penggabungan strategi S-O, W-O, S-T, dan W-T.

Penulis menyadari dalam penulisan Laporan Akhir ini masih banyak terdapat kekurangan baik dari segi penyajian bahasa maupun pembahasannya. Hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan dan ilmu yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kebaikan di masa mendatang.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih atas bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua yang membacanya.

Palembang, Juli 2024

Penulis

ABSTRAK

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
DAYA SAING UMKM PENJUALAN PEMPEK KANDO
DI JAKARTA MELALUI *E-COMMERCE***

Oleh :
M. Gabriel Aprinaldi

Adanya persaingan yang ketat membuat perubahan preferensi konsumen yang lebih memilih pembelian pempek secara online daripada secara langsung ke toko fisik. Kemajuan tersebut dapat dilihat dari adopsi teknologi *e-commerce* yang memungkinkan konsumen di luar kota untuk membeli pempek dari Palembang secara online. Dengan adanya *e-commerce* usaha pempek dapat memanfaatkan platform online untuk mempromosikan berbagai varian pempek, dan memfasilitasi proses mereka dalam pembelian secara mudah dan cepat. Pempek kando menjual pempek dalam bentuk frozen food yang mendistribusikan rangkaian menu pempek di seluruh Indonesia. Penelitian ini dilakukan untuk meningkatkan daya saing UMKM pempek Kando di Jakarta khususnya dalam volume penjualan dan promosi pada produk pempek kando. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan metode studi kasus, jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan data kuantitatif, sumber data penelitiannya adalah sumber data primer dan sekunder, jumlah narasumber yang dilibatkannya yaitu 5 orang. Berdasarkan hasil penelitian di atas bahwa strategi yang perlu dilakukan oleh Toko Pempek Kando dalam meningkatkan daya saing dan penjualan produk-produknya yaitu dengan memaksimalkan tools iklan pada media sosial seperti Instagram *ads*, Tiktok *ads*, *SEO* ataupun *copywriting* dalam membangun komunikasi di media sosial, mengeluarkan budget lebih besar untuk melakukan promosi di luar *e-commerce* Shopee, menciptakan *value* yang berbeda dari pesaing lama seperti menjalin komunikasi dengan para pelanggan Pempek Kando.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, UMKM, SWOT, *E-Commerce*

ABSTRACT

MARKETING STRATEGIES IN INCREASING THE COMPETITIVENESS OF MSMEs SALES OF PEMPEK KANDO IN JAKARTA THROUGH E- COMMERCE

By :

M. Gabriel Aprinaldi

The existence of intense competition has resulted in changes in consumer preferences who prefer purchasing pempek online rather than directly in physical stores. This progress can be seen from the adoption of e-commerce technology which allows consumers outside the city to buy pempek from Palembang online. With e-commerce, pempek businesses can utilize online platforms to promote various pempek variants, and facilitate their purchasing process easily and quickly. Pempek Kando sells pempek in the form of frozen food and distributes a series of pempek menus throughout Indonesia. This research was conducted to increase the competitiveness of pempek Kando MSMEs in Jakarta, especially in terms of sales volume and promotion of pempek kando products. The type of research used in this research is descriptive research using the case study method, the type of data used is qualitative data and quantitative data, the research data sources are primary and secondary data sources, the number of sources involved is 5 people. Based on the results of the research above, the strategy that Pempek Kando Shop needs to implement in increasing its competitiveness and sales of its products is by maximizing advertising tools on social media such as Instagram ads, Tiktok ads, SEO or copywriting in building communication on social media, spending a budget bigger to carry out promotions outside of Shopee e-commerce, creating different values from old competitors such as establishing communication with Pempek Kando customers.

Keywords: *Marketing Strategy, MSMEs, SWOT, E-Commerce*

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
15.1 Latar Belakang	1
15.2 Rumusan Masalah	6
15.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	6
15.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
15.4.1 Tujuan Penelitian	6
15.4.2 Manfaat Penelitian	6
15.5 Metodologi Penelitian	7
15.5.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
15.5.2 Jenis dan Sumber Data	7
15.5.3 Metode Pengumpulan Data.....	7
15.5.4 Analisa Data	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Konsep Dasar Pemasaran.....	12
2.1.1 Definisi Pemasaran	12
2.1.2 Strategi Pemasaran.....	13

2.1.3	Bauran Pemasaran.....	13
2.2	Konsep Dasar Strategi Promosi	14
2.2.1	Definisi Strategi Promosi	14
2.2.2	Bentuk Promosi.....	15
2.3	Konsep Dasar Penjualan	17
2.3.1	Definisi Penjualan	17
2.3.2	Tujuan Penjualan.....	17
2.3.3	Jenis-jenis Penjualan	18
2.3.4	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan.....	19
2.4	Daya Saing	20
2.4.1	Definisi Daya Saing	20
2.4.2	Dimensi Daya Saing.....	21
2.4.3	Indikator Daya Saing.....	23
2.5	UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah).....	24
2.5.1	Definisi UMKM.....	24
2.6	Konsep Dasar <i>E-Commerce</i>	26
2.6.1	Pengertian <i>E-Commerce</i>	26
2.6.2	Jenis-Jenis <i>E-Commerce</i>	26
2.6.3	Manfaat <i>E-Commerce</i>	27
2.7	Analisis SWOT	28
BAB III	KEADAAN UMUM USAHA.....	32
3.1	Sejarah Toko Pempek Kando	32
3.2	Logo Toko Pempek Kando.....	33
3.3	Visi dan Misi Toko Pempek Kando.....	33
3.3.1	Visi	33
3.3.2	Misi	33
3.4	Struktur Organisasi.....	33
3.4.1	Uraian Tugas	35
3.5	Produk Yang Ditawarkan Toko Pempek Kando	36
3.6	Omset Penjualan.....	40
BAB IV	PEMBAHASAN	42
4.1	Kondisi Pemasaran Pada UMKM Toko Pempek Kando di Jakarta Melalui <i>E-Commerce</i> Shopee	42
4.2	Strategi Pemasaran yang Diterapkan Pada UMKM Toko Pempek Kando	43
4.3	Hasil Analisis Faktor Internal Pada UMKM Toko Pempek Kando.	47
4.4	Faktor-Faktor Eksternal Pada UMKM Toko Pempek Kando	51
4.5	Strategi Pemasaran Yang Tepat Untuk Meningkatkan Daya Saing	

UMKM Pada Penjualan Pempek Kando.....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. 1 Nama Produk, Paket dan Harga Yang di Jual oleh Toko Pempek Kando	3
Tabel 1. 2 Pesaing Toko Pempek Kando	4
Tabel 1. 3 Penjualan dan Pendapatan Pempek Kando	5
Tabel 2. 1 Matriks <i>Strengths, Weakness, Opportunities, Threats</i> (SWOT)	30
Tabel 3. 1 Realisasi Tabel Penjualan Toko Pempek Kando marketplace Shopee.	41
Tabel 4. 1 Jumlah Karyawan Pempek Kando.....	47
Tabel 4. 2 Hasil Matriks IFE Pada UMKM Pempek Kando	50
Tabel 4. 3 Pesaing Pada Pempek Kando.....	56
Tabel 4. 4 Omset Penjualan Toko Pempek Kando dan Para Pesaing	56
Tabel 4. 5 Hasil Matriks EFE Pempek Kando.....	57
Tabel 4. 6 Matriks SWOT UMKM Toko Pempek Kando	59

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 3. 1 Logo Usaha Pempek Kando	33
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Toko Pempek Kando	35
Gambar 3. 3 Pempek Lenjer Kecil	36
Gambar 3. 4 Pempek Kulit Crispy	37
Gambar 3. 5 Pempek Adaan	38
Gambar 3. 6 Pempek Telor Kecil	38
Gambar 3. 7 Pempek Telor Besar/Kapal Selam	39
Gambar 3. 8 Pempek paket 30 pcs	39
Gambar 3. 9 Pempek paket 40 pcs	40
Gambar 4. 1 Toko Pempek Kando di <i>E-commerce</i> Shopee.....	43
Gambar 4. 2 Pempek Kulit Krispi.....	54
Gambar 4. 3 Pempek Paket 30 pcs	55
Gambar 4. 4 Pempek Paket 40 Pcs.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Pengambilan Data

Lampiran 2 Surat Balasan Izin Pengambilan Data

Lampiran 3 Kartu Kunjungan Mahasiswa

Lampiran 4 Lembar Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I

Lampiran 5 Lembar Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II

Lampiran 6 Lembar Konsultasi Laporan Akhir Pembimbing I

Lampiran 7 Lembar Konsultasi Laporan Akhir Pembimbing II

Lampiran 8 Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir

Lampiran 9 Daftar Pertanyaan Wawancara

Lampiran 10 Lembar Revisi Laporan Akhir

Lampiran 11 Lembar Persetujuan Revisi Laporan Akhir

Lampiran 12 Lembar Dokumentasi