



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTHAN THAHA SAIFUDDIN
J A M B I

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA TOKO KUE TWINCAKES DI AIR HITAM KEC. SUNGAI GELAM, KAB. MUARO JAMBI MENGUNAKAN ANALISIS SWOT

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Guna Meraih Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh :

WELLY OKTAVIYANTI

NIM : 501190263

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI
2023**

State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Welly Oktaviyanti
Nim : 501190263
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul : **“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Toko Kue Twincakes Menggunakan Analisis SWOT”** adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian dari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Jambi, 05 April 2023



Welly Oktaviyanti
501190263

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suftha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suftha Jambi

Jambi, 04 April 2023

Pembimbing I : Ahsan Putra Hafiz, S.H.I., M.E.I
Pembimbing II : Yuliana Safitri, M.Si
Alamat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
Jl. Jambi Ma. Bulian KM.16 Simp Sei. Duren Kec. Jaluko Kab.
Ma. Jambi
Website : <https://www.uinjambi.ac.id>

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
Di-
Jambi

NOTA DINAS

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara Welly Oktaviyanti NIM : 501190263 yang berjudul : **“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Toko Kue Twincakes Menggunakan Analisis SWOT”** telah disetujui dan dapat diajukan untuk diujikan pada ujian skripsi dengan tujuan melengkapi tugas dan memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S.1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

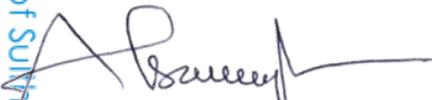
Demikian nota dinas ini kami buat, kami ucapkan terimakasih. Semoga bermanfaat bagi kepentingan agama, nusa dan bangsa.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yang Menyatakan

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Ahsan Putra Hafiz, S.H.I., M.E.I
NIP. 198107222005011002



Yuliana Safitri, M.Si
NIDN.2026079401

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntha Jambi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Lintas Jambi-Muaro Bulian KM. 16 Simpang Sungai Duren Kab. Muaro Jambi 36363.
Telp/Fax : (0741) 583183-584118 website : www.uinjambi.ac.id / www.febi-iainstsjambi.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-101/D.V/PP.00.9/04/2023

Skripsi dengan judul "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Toko Kue Twincakes di Air Hitam, Kec. Sungai Gelam, Kab. Muaro Jambi Menggunakan Analisis SWOT" yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Welly Oktaviyanti

NIM : 501190263

Tanggal ujian skripsi : 14 April 2023

Nilai munaqasyah : 80,95 (A)

Dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sarjana Strata Satu (S.1) UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Tim Munaqasyah/Tim Penguji
Ketua Sidang

Dr. Usdeldi, SE., M.Si
NIP. 197212122006041005

Penguji I

Dr. H. Eja Armaz Hardi, Lc., M.A
NIP. 198504122015031005

Pembimbing I

Ahsan Putra Hafiz, S.H.I., M.E.I
NIP. 198107222005011002

Penguji II

Victor Diwantara, SE., MM
NIDN. 2019069203

Pembimbing II

Yuliana Safitri, M.Si
NIDN. 20626079401

Sekretaris Sidang

Svaril Ahmad, S.Sy., ME
NIDN. 2028098903

Jambi, 14 April 2023
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
Dekan



Dr. A.A. Miftah, M.Ag
NIP. 197311251996031001

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman! janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”.

(QS. An-Nisaa’ 29)¹

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sulthha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulthha Jambi

¹ Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan Tarjamahan (Bandung: PT. Alma’arif), 75.



PERSEMBAHAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirobbil'aalamiin

Puji syukur kehadirat Allah SWT karena atas segala nikmat yang telah diberikan baik kesehatan jasmani maupun rohani. Sholawat beriring salam juga dapat di panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti saat ini.

Skripsi ini penulis persembahkan kepada orang tua saya Ayah tercinta Amrizal, Sugiono dan Mama tercinta Refniati, Emnidar. Terima kasih atas dukungan yang engkau berikan kepada anakmu ini baik moril maupun materi.

Teruntuk kakak-kakakku Purwadi (alm), Rodia, Aida Rosa dan Robianto terima kasih saudaraku untuk segala dukungan dan do'a yang kakak utarakan untuk adik. Hidupku terlalu berat untuk mengandalkan diri sendiri tanpa melibatkan bantuan orang lain. Terkhusus engkau saudaraku.

Terima kasih kepada semua keluarga, sahabat serta teman-teman yang selalu mendukung dan memberi support hingga mendengarkan keluh kesah dari penulis. Serta memberikan do'a dan semangat yang begitu luar biasa, terima kasih untuk selalu ada dalam suka maupun duka kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi hingga selesai.

Semoga kita semua senantiasa dalam lindungan Allah SWT dan selalu dalam Ridho-Nya agar menjadi amal yang baik dan dapat ganjaran yang setimpal dari Allah SWT. Aamiin Yaarobbal 'Aalamiin.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunan Kalidjaja
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunan Kalidjaja



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan dengan menggunakan analisis SWOT pada toko kue Twincakes jumlah informan pada penelitian ini sebanyak 3 informan yaitu pemilik, karyawan dan pelanggan. Adapun jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan jenis data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik observasi, dokumentasi dan wawancara, sedangkan untuk analisis data peneliti menggunakan reduksi data, penyajian data dan verifikasi. Hasil penelitian ini menjelaskan strategi pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan pada toko kue Twincakes menggunakan analisis SWOT sebagai berikut : *strengths* (kekuatan) yaitu bahan baku yang digunakan berkualitas, bahan baku pembuatan kue mudah diperoleh, proses pembuatan relatif mudah, menggunakan alat produksi modern, desain dan model produk yang menarik, harga bervariasi dan memberikan pelayanan yang terbaik, *weaknesses* (kelemahan) yaitu keterbatasan modal, kurangnya sumber daya manusia, volume produksi masih kurang, lahan parkir kurang luas, memiliki kadaluarsa yang cepat, *opportunities* (peluang) yaitu usaha sejenis masih kurang, lokasi usaha strategis, mengadakan promosi dan diskon, menerapkan sistem PO dan COD, *threat* (ancaman) yaitu tingkat persaingan dengan usaha lain dan faktor cuaca dalam proses pengantaran.

Kata kunci : ***Strategi Pemasaran, Omzet Penjualan, Analisis SWOT***



ABSTRACT

This study aims to determine marketing in increasing sales turnover by using SWOT analysis at the Twincakes cake shop . The number of informants in this study were 3 informants, namely owners, employees and customers. As for this type of reseach is descriptive qualitative with primary and secoundari data. Data collection techniques in this study used observation, documentation and interview teachniques, while for date analysis the researchers used data reduction, data presentation and verification. The results of this study explain the marketing strategy for increasing sales turnover at the Twincakes cake shop using SWOT analysis as follows : strengths namely the raw materials used are of high quality, the raw materials for making cakes are easy to obtain, the manufacturing process is relatively eassy, using modern production tools, attractive product designs and models, varied prices and providing the best service, weaknesses namely limited capital, lack of human resources, production volume is stilllacking, parking area is not large enough, has a fast expiration, opportunities namely similar businesses are still lacking, strategic business locations, hold promotions and discounts, implement PO and COD system, threats namely level of competition with other businesses and weather factors in the delivery process.

Keywords : Marketing Strategy, Sales Turnover, SWOT Analysis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suftha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suftha Jambi



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan bimbingan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Toko Kue Twincakes Menggunakan Analisis SWOT. Sholawat dan salam semoga tetap senantiasa dilimpahkan kepada junjungan kita Rasulullah SAW. **Skripsi ini berjudul** : “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Toko Kue Twincakes Menggunakan Analisis SWOT”.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari bantuan segala pihak, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Ahsan Putra Hafiz, S.H.I., M.E.I selaku pembimbing I dan Ibu Yuliana Safitri, M.Si selaku pembimbing II. Terima kasih atas arahan, motivasi dan bimbingan yang telah bapak/ibu berikan selama ini kepada penulis, semoga Allah senantiasa membalas kebaikan yang bapak/ibu berikan.
2. Bapak Prof. Dr. H. Su'aidi, MA., Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
3. Bapak Dr. A. A. Miftah, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
4. Ibu Titin Agustin Nengsih, S.Si., M.Si., Ph.D selaku Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. Addirahman, S.H.I., M. Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
5. Ibu Dr. Elyanti Rosmanidar, M.Si selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, dan Bapak Dr. H. Eja Armaz Hardi, Lc., M.A selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah.
6. GWI. Awal Habibah, M.E.Sy selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis sejak awal perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
7. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan materi perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
8. Seluruh Staff Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suftha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suftha Jambi

9. Teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan motivasi dan menemani penulis selama proses perkuliahan yaitu Lusi, Safa, Dian, Widia, Anti, Olifvia, Yuni, Ira, Dini, Zahra, Dara, Jumi dan Aini. Semoga pertemanan kita selalu terjalin.
10. Teman-teman seperjuangan kelas H Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
11. Teman-teman seangkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
12. Teman-teman KKN selama satu bulan, semoga kesuksesan bisa diraih untuk kedepannya.
13. Semua pihak yang terlibat dalam proses pembuatan skripsi ini yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu namun tidak mengurangi rasa terima kasih penulis kepada kalian semua.

Disamping itu, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima segala bentuk saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua orang, apabila terdapat kesalahan baik dari segi penulisan mohon dimaafkan. Terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jambi, 05 April 2023
Penulis



(Welly Oktavianti)
501190263



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBARAN PERNYATAAN	ii
NOTA DINAS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	9
G. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN STUDI RELEVAN	
A. Landasan Teori.....	11
B. Studi Relevan	28
C. Kerangka Berfikir.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Metode dan Jenis Penelitian.....	32
B. Lokasi dan Objek Penelitian	32
C. Jenis dan Sumber Data	32
D. Teknik Pengumpulan Data.....	34
E. Metode Pengecekan Keabsahan Data	35
F. Metode Analisis Data.....	36

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi



BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum dan Objek Penelitian	39
B. Hasil Penelitian	42
C. Pembahasan Hasil Penelitian	57

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	69
B. Implikasi.....	71
C. Saran.....	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pemasaran Yang Dilakukan Toko Kue Twincakes	3
Tabel 1.2 Data Pemilik Toko Kue Sungai Gelam.....	4
Tabel 1.3 Daftar Varian Produk dan List Harga Toko Kue Twincakes.....	4
Tabel 1.4 Data Jumlah Pembeli Toko Kue Twincakes	5
Tabel 1.5 Data Omzet Penjualan Toko Kue.....	6
Tabel 2.1 Matriks SWOT	27
Tabel 2.2 Studi Relevan	28
Tabel 3.1 Identitas Informan	32
Tabel 3.2 Kehadiran Peneliti.....	38
Tabel 4.1 Pembahasan Matriks SWOT.....	53

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Kerangka Berfikir.....	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Twincakes	39

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi yang sangat pesat seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, perusahaan dituntut untuk lebih meningkatkan mutu hasil produksinya. Persaingan yang semakin ketat di pasar yang ada membuat perusahaan memilih strategi yang tepat untuk memasarkan produksi bisnisnya. Jika perusahaan tidak dapat bertahan dalam persaingan tersebut, dapat dipastikan akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan.²

Persaingan yang semakin ketat antar usaha yang sejenis telah menyebabkan keadaan pasar berubah, dimana keadaan pasar beralih dari kekuatan pasar terletak ditangan penjual menjadi kekuatan pasar ditangan pembeli. Dalam kondisi seperti ini, pengusaha akan berusaha mendapatkan pembeli dengan memperhatikan permintaan dan selera pelanggan.³

Tidak ada suatu usaha yang mampu bertahan apabila tidak dapat memasarkan produknya dengan baik. Betapapun sempurnanya pengelolaan usaha, apabila tidak diiringi dengan kemampuan pemasaran barang maupun jasa, maka usaha tersebut akan mengalami kebangkrutan. Namun sebaliknya jika suatu usaha mampu meningkatkan omzet penjualan, maka usaha tersebut mempunyai kemungkinan untuk melanjutkan usahanya.⁴

Menurut Cravens dan Piercy strategi pemasaran adalah sebuah proses yang terus menerus dari pembuatan keputusan-keputusan, melaksanakan keputusan-keputusan tersebut dan mengukur efektivitas pelaksanaan keputusan-keputusan tersebut sepanjang waktu.⁵

² Herning Indriastuti Asnawati, *Analisis Inovasi Produk Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran* (Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2022), 2.

³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian* (Jakarta: Erlangga, 1992), 68.

⁴ Alex Nitisemito, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1995), 14.

⁵ Riri Oktarini, *Buku Ajar Strategi Pemasaran* (Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2022), 43.

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung kepada keahlian pengusaha di bidang pemasaran, produksi, keuangan maupun bidang lain. Selain itu tergantung pada kemampuan pengusaha untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar usaha perusahaan dapat berjalan lancar.⁶

Strategi pemasaran adalah serangkaian tindakan atau cara-cara yang dilakukan oleh unit bisnis untuk mencapai sasaran yang didalamnya tercantum keputusan-keputusan hasil dari pemikiran perorangan maupun bersama. Strategi pemasaran sangat berpengaruh terhadap usaha perusahaan dalam meningkatkan omzet penjualan. Apabila strategi pemasaran dalam sebuah perusahaan tersebut berjalan dengan baik, maka volume penjualan akan meningkat.

Pelaksanaan strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat besar sebagai penunjang terhadap peningkatan laba dan persaingan perusahaan, perusahaan perlu mengenali kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dengan menggunakan analisis SWOT. Sehingga perusahaan dalam persaingannya dapat membantu mengenali diri dan memanfaatkan setiap peluang yang ada dan menghindari atau meminimalkan kekurangan, dimana peran strategi pemasaran merupakan upaya mencari posisi pemasaran yang menguntungkan dalam suatu industri.⁷

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

⁶ Budi Hulu, Yohanes Dakhi, and Erasma F. Zalogo, "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada UD. Mitra Kecamatan Amandraya," *Jurnal, Riset Manajemen Dan Bisnis*, 2021, 17.

⁷ Nadrotul Ulyah, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada PT. Bhurawa Steel," *Skripsi, STIE Perbanas Surabaya*, 2016, 2.

Strategi pemasaran yang dilakukan toko kue Twincakes dalam meningkatkan omzet penjualan adalah memasarkan produk melalui media sosial, mengadakan promo dan diskon, resmi terdaftar di Grabfood, menerapkan sistem PO dan COD serta mengantarkan pesanan pelanggan sesuai dengan rute yang ditentukan. Dengan dilakukannya pemasaran tersebut dapat disimpulkan bahwa perlu ditingkatkan lagi pemasaran yang lebih luas bukan hanya masyarakat Sungai Gelam melainkan masyarakat Jambi. Dalam mengatasi hal ini, strategi pemasaran yang diterapkan suatu usaha harus memperhatikan berbagai faktor lingkungan baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal. Strategi pemasaran yang baik memerlukan pengetahuan tentang apa yang sedang diminta oleh pelanggan sehingga dapat dilakukan penyesuaian pihak perusahaan terhadap keinginan tersebut. Adapun strategi pemasaran yang telah dilakukan toko kue Twincakes dapat dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut :

Tabel 1.1
Pemasaran Yang Dilakukan Toko Kue Twincakes
Tahun 2017-2022

Tahun	Pemasaran Yang Dilakukan
2017	<ul style="list-style-type: none"> • Memulai pemasaran dari mulut ke mulut. • Membuat spanduk usaha. • Melakukan Promosi melalui Whatsapp.
2018	<ul style="list-style-type: none"> • Semakin sering mengadakan promo dan diskon. • Membuat stiker pada setiap produk. • Menambah media dalam melakukan promosi melalui Instagram.
2019	<ul style="list-style-type: none"> • Memperbanyak mengadakan promo dan diskon. • Update menu produk yang ditawarkan melalui media sosial. • Menerapkan sistem PO dan COD.
2020	<ul style="list-style-type: none"> • Mengadakan promo jum'at berkah dan minggu ceria yang rutin. • Dibuka outlet resmi Twincakes.
2021	<ul style="list-style-type: none"> • Mengembangkan promosi via online dan media sosial. • Resmi terdaftar di Grabfood. • Mengadakan diskon pada hari tertentu.
2022	<ul style="list-style-type: none"> • Mengadakan promosi melalui media sosial. • Mengupdate produk yang ditawarkan.

(Sumber: Hasil Wawancara Dengan Pemilik Toko Kue Twincakes)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Toko kue Twincakes merupakan salah satu toko kue yang ada di Sungai Gelam yang memiliki pelanggan yang cukup banyak. Toko kue Twincakes didirikan pada tahun 2017 beralamat di Air Hitam, Kec. Sungai Gelam, Kab. Muaro Jambi yang memiliki lokasi yang sangat strategis berada dekat dengan perbatasan antara Kota Jambi dengan Muaro Jambi. Meskipun berada ditengah persaingan yang semakin ketat, namun pelanggan toko kue Twincakes ini cukup stabil, hal ini dapat dilihat dengan kemampuannya tetap bertahan hingga saat ini.

Tabel 1.2
Data Pemilik Toko Kue Sungai Gelam

No.	Nama Toko Kue	Lokasi Toko Kue
1.	Twincakes	Sungai Gelam
2.	Moonlight Cake & Bakery	Sungai Gelam

(Sumber: Pemilik Toko Kue Sungai Gelam)

Pada toko kue Twincakes menyediakan berbagai varian produk mulai dari kue tradisional, aneka bolu, kue ulang tahun, browniese, donat, aneka snack ringan, salad buah dan lainnya serta harga yang ditawarkan bervariasi mulai dari harga seribu sampai ratusan, sehingga daftar varian produk dan list harga dapat dilihat pada tabel 1.3 sebagai berikut :

Tabel 1.3
Daftar Varian Produk dan List Harga Toko Kue Twincakes

No.	Varian Produk Kue	Harga
1.	Kue Tart Kecil	Rp. 40.000
2.	Kue Tart Sedang	Rp. 80.000
3.	Kue Tart Besar	Rp. 100.000
4.	Salad Buah 300 ml	Rp. 10.000
5.	Salad Buah 500 ml	Rp. 20.000
6.	Browniese Lumer 400 ml	Rp. 10.000
7.	Browniese Lumer 650 ml	Rp. 20.000
8.	Aneka Snack Ringan 80 gr	Rp. 5.000
9.	Donat	Rp. 1000-Rp. 2500
10.	Bouquet Jajanan	Rp. 35.000
11.	Bouquet Bunga	Rp. 50.000
12.	Aneka Bolu	Rp. 35.000
13.	Paket Cake Hantaran	Rp. 200.000
14.	Tart Wedding	Rp. 300.000

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suftha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suftha Jambi

15.	Tart Tingkat	Rp. 150.000
16.	Kue Tradisional	Rp. 1000
17.	Keripik Pisang 1 kg	Rp. 70.000
18.	Peyek 1 kg	Rp. 80.000
19.	Keripik Ubi 1 kg	Rp. 50.000
20.	Accessories Ulang Tahun	Rp. 5000-Rp. 25.000
21.	Baso Aci	Rp. 20.000
22.	Pizza	Rp. 45.000

(Sumber: Dokumentasi Brosur Toko Kue Twincakes)

Peneliti telah mengumpulkan data penjualan bulanan dari toko kue Twincakes selama 3 tahun terakhir yang peneliti dapatkan langsung dari pemilik toko kue Twincakes tersebut. Data jumlah pembeli toko kue Twincakes mengalami peningkatan dan penurunan. Berikut data penjualan bulanan Toko Kue Twincakes sejak Januari 2020 sampai dengan Desember 2022 dapat dilihat pada tabel 1.4 sebagai berikut :

Tabel 1.4
Data Jumlah Pembeli Toko Kue Twincakes
Periode Januari 2020- Desember 2022

Tahun	Bulan	Jumlah Pembeli
2020	Januari	250
	Februari	352
	Maret	289
	April	277
	Mei	253
	Juni	281
	Juli	297
	Agustus	315
	September	301
	Oktober	305
	November	345
	Desember	321
2021	Januari	277
	Februari	265
	Maret	242
	April	305
	Mei	323
	Juni	302
	Juli	290
	Agustus	308
	September	296
	Oktober	301
	November	310
	Desember	317
2022	Januari	320
	Februari	338

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Di larang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Di larang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi

2022	Maret	292
	April	345
	Mei	310
	Juni	289
	Juli	265
	Agustus	290
	September	285
	Oktober	306
	November	322
Desember	342	

(Sumber : Laporan Data Pengunjung Toko Kue Twincakes)

Menurut Chaniago omzet penjualan adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu. Sedangkan menurut Swastha omzet penjualan adalah akumulasi dari kegiatan penjualan suatu produk barang-barang dan jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu secara terus menerus.⁸

Omzet penjualan pada toko kue Twincakes dari tahun 2017-2022 dapat dilihat pada tabel 1.2 sebagai berikut :

Tabel 1.5
Data Omzet Penjualan Toko Kue Twincakes
Tahun 2017-2022

No.	Tahun	Omzet Penjualan	Persentase (%)	Keterangan
1.	2017	Rp. 225.000.000	0%	Tetap
2.	2018	Rp. 270.000.000	20%	Naik
3.	2019	Rp. 360.000.000	33%	Naik
4.	2020	Rp. 425.000.000	18%	Naik
5.	2021	Rp. 210.000.000	51%	Turun
6.	2022	Rp. 224.500.000	6,7%	Naik

(Sumber : Laporan Keuangan Toko Kue Tahun 2017-2022)

Berdasarkan tabel 1.3 data omzet penjualan toko kue Twincakes di Air Hitam, Kec. Sungai Gelam, Kab. Muaro Jambi dapat disimpulkan bahwa omzet penjualan toko kue Twincakes pada tahun 2019 mengalami peningkatan secara signifikan sebesar 33% dibandingkan tahun 2018. Sedangkan pada tahun 2021

⁸ Retno Hidayati Nissa Nurfitri, "Analisis Perbedaan Omzet Penjualan Berdasarkan Jenis Hagan Dan Waktu (Studi Pada Catering Sonokembang Semarang)," 4.

mengalami penurunan pendapatan secara signifikan pula sebesar 51% disebabkan pandemi.

Menurut Freddy Rangkuti SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari suatu bisnis atau untuk mengevaluasi produk milik sendiri dengan pesaing. Untuk melakukan analisis, tentukan tujuan bisnis atau identifikasi objek yang akan dianalisis. Kekuatan dan kelemahan dikelompokkan dalam faktor internal, sedangkan peluang dan ancaman dikelompokkan dalam faktor eksternal.⁹

SWOT dapat membantu penggunaanya menentukan strategi perusahaan sehingga perusahaan dapat memperoleh gambaran yang jelas dan strategi yang tepat untuk memaksimalkan peran kekuatan perusahaan dan juga membantu perusahaan melihat peluang sehingga peluang tersebut dapat digunakan sebagai alat untuk meminimalkan kelemahan organisasi. Jadi SWOT dapat membantu perusahaan menentukan strategi yang efektif untuk mencapai hasil yang diharapkan.

Berdasarkan kondisi persaingan yang semakin ketat, diharapkan akan diikuti dengan kemampuan toko kue Twincakes untuk meningkatkan omzet penjualan. Maka dari itu diperlukan adanya suatu penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran, kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan berpedoman dalam menganalisis strategi pemasaran toko kue Twincakes dengan menggunakan analisis SWOT yaitu dengan analisis kondisi internal maupun eksternal Toko Kue Twincakes yang selanjutnya akan digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi dan program kerja. Analisis internal meliputi penilaian terhadap faktor kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*), sementara, analisis eksternal mencakup faktor peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) yang bertujuan untuk dapat dijadikan

⁹ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Granmedia Pustaka Utama, 2006), hlm. 19.





evaluasi dan dasar pengambilan keputusan dalam meningkatkan omzet penjualan Toko Kue Twincakes.

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas maka penulis tertarik meneliti dengan judul : **STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA TOKO KUE TWINCAKES MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT.**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka dapat disimpulkan bahwa identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Kurangnya strategi pemasaran yang dilakukan toko kue Twincakes dalam meningkatkan omzet penjualan.
2. Masih sangat minimnya pemasaran yang dilakukan toko kue Twincakes dalam meningkatkan omzet penjualan.

C. Batasan Masalah

Supaya penelitian ini terarah dan mencapai sasaran yang dicapai dalam skripsi ini, maka peneliti akan membatasi permasalahan mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan pada toko kue Twincakes menggunakan analisis SWOT. Hal ini dilakukan agar pembahasan tidak terlalu meluas pada sudut-sudut yang jauh bisa diterapkan sehingga pemeriksaan ini bisa lebih menarik.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah penulis pilih maka rumusan masalah yang akan peneliti ambil adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan menggunakan analisis SWOT pada toko kue Twincakes ?
2. Apa kendala yang dihadapi toko kue Twincakes dalam pemasaran untuk meningkatkan omzet penjualan ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penulisan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan toko kue Twincakes dalam meningkatkan omzet penjualan dengan menggunakan analisis SWOT.
2. Mengetahui kendala yang dihadapi oleh pemilik toko kue Twincakes dalam melakukan pemasaran produk.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat penelitian sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana untuk memperluas wawasan mengenali strategi pemasaran dalam meingkatkan omzet penjualan pada toko kue Twincakes menggunakan analisis SWOT.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pemilik usaha toko kue Twincakes, karyawan dan pelanggan.

G. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bagian bab ini berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian yang terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis, sistematika penulisan dan kerangka pikir.

BAB II : LANDASAN TEORI DAN STUDI RELEVAN

Bagian bab ini akan membahas tentang landasan teori dan studi relevan.



BAB III : METODE PENELITIAN

Bagian bab ini berisi tentang metode dan jenis penelitian, lokasi dan objek penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, metode pengecekan keabsahan data, metode analisis data, dan informan penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan yang akan menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini, yang mencakup gambaran umum, objek penelitian dan pembahasan hasil.

BAB V : PENUTUP

Bagian bab ini berisi penutup yang terdiri dari kesimpulan, implikasi dan saran serta dilengkapi dengan daftar pustaka, lampiran

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



BAB II

LANDASAN TEORI DAN STUDI RELEVAN

A. Landasan Teori

1. Strategi Pemasaran

a. Pengertian Strategi Pemasaran

Menurut Tull Keble strategi pemasaran adalah sebagai alat yang fundamental yang sudah direncanakan yang bertujuan untuk mencapai tujuan lembaga atau organisasi dengan mengembangkan keunggulan yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program-program pasar yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Strategi pemasaran adalah pernyataan yang memberi petunjuk tentang arah tujuan dari berbagai usaha yang penting untuk mencapai sasaran yang dikehendaki.¹⁰

Menurut Radiosunu strategi pemasaran didasarkan pada konsep strategi yaitu sebagai berikut :¹¹

1) Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah proses penempatan konsumen dalam sub kelompok di pasar produk, sehingga pembeli memiliki tanggapan yang hampir sama dengan strategi perusahaan. Suatu Proses mendefinisikan kelompok pelanggan yang homogeny dan membuat tawaran yang kuat secara khusus untuk mereka.

¹⁰ Sofian Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep Dan Strategi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2011), 168.

¹¹ Muhammad Mursid, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 17.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

2) *Market Positioning*

Positioning pasar yaitu kegiatan memasukkan produk ke dalam segmen dan merencanakan agar memiliki perbedaan makna dari competitor.

3) *Diferensiasi*

Perusahaan dalam menjalankan usahanya harus menerapkan diferensiasi, dimana diferensiasi merupakan salah satu jenis keunggulan bersaing yang bisa dimiliki perusahaan.

4) *Merek dan Brand*

Merek atau *Brand* adalah bukan sekedar logo atau nama perusahaan, melainkan *image* atau persepsi seseorang tentang produk atau perusahaan. *Brand* adalah kombinasi lengkap dari asosiasi yang orang bayangkan ketika mendengarkan sebuah nama perusahaan atau produk. Sedangkan *Merek* adalah tawaran dari suatu sumber yang dikenal dan menimbulkan asosiasi dalam pikiran orang.

b. Indikator Strategi Pemasaran

Menurut Mc. Charty kombinasi indikator strategi pemasaran atau yang lebih dikenal dengan 7P dalam bauran pemasaran sebagai berikut :¹²

1) *Product* (produk)

Produk yaitu segala sesuatu yang dapat memenuhi apa yang pelanggan butuhkan atau inginkan. Produk menjadi sesuatu yang diasosiasikan dengan perusahaan oleh pelanggan. Setiap produk melalui roda kehidupan yang mencakup sebuah fase pertumbuhan diikuti dengan fase kematangan dan akhirnya sebuah periode dimana penjualan produk tersebut menurun. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat memprediksi seberapa lama kehidupan dari sebuah produk dan memfokuskan perhatiannya pada tantangan-tantangan yang muncul seiring dengan perkembangan.

¹² Muhammad Mursid, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), 25.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

2) *Price* (harga)

Harga yaitu jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan suatu produk dan jasa. Harga juga dapat mempengaruhi besarnya volume penjualan dan laba yang ingin dicapai perusahaan. Harga merupakan nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang akan dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang serta pelayanannya.

3) *Place* (tempat)

Saluran distribusi yaitu dimana terdapat seperangkat lembaga yang melakukan semua kegiatan atau fungsi yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status kepemilikannya dari produsen ke konsumen. Menurut Fandy Tjiptono lokasi usaha yaitu tempat perusahaan melakukan operasional atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi konsumen.¹³

4) *Promotion* (promosi)

Promosi yaitu arus informasi atau semua jenis kegiatan pemasaran untuk mengarahkan seseorang atau organisasi agar menciptakan pertukaran dalam pemasaran serta mendorong permintaan. Menurut Fandy Tjiptono promosi yaitu suatu komunikasi pemasaran yang artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, serta mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.¹⁴

¹³ Fandi Tjiptono, *Manajemen Operasional*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), hlm. 92.

¹⁴ *Ibid.*, 219.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

5) *Physical Evidence* (bukti fisik)

Bukti fisik yaitu bukti yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditujukan kepada konsumen. Bukti fisik yaitu wujud nyata yang ditawarkan kepada pelanggan. Menurut Kotler *physical evidence* atau bukti fisik yaitu bukti yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditujukan kepada konsumen atau pembeli sebagai usulan nilai tambah konsumen.¹⁵

6) *People* (partisipan)

Partisipan yaitu orang yang berinteraksi langsung dengan konsumen dalam memberikan jasa, yang merupakan bagian penting untuk membangun loyalitas.

7) *Process* (proses)

Proses merupakan sebuah pendekatan organisasi untuk mengubah sumber daya menjadi barang dan jasa. Tujuannya yaitu untuk menemukan suatu cara memproduksi barang dan jasa yang memenuhi persyaratan pelanggan dan spesifikasi produk yang berada dalam batasan biaya dan manajerial lain. Menurut Zeithaml dan Bitner yaitu semua prosedur actual, mekanisme dan aliran aktifitas yang digunakan untuk penyampaian jasa.¹⁶

c. Dasar Hukum Strategi Pemasaran Dalam Al-Quran

Adapun landasan hukum strategi pemasaran dalam ekonomi islam adalah sebagai berikut :

¹⁵ Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2005), 51.

¹⁶ Ayu Nurhabibah, *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen di Pusat Oleh-Oleh Getuk Goreng Banyumas*, (Yogyakarta: 2016), 20.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

- Surah An-Nisa' ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : *Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.*¹⁷

Ayat diatas menjelaskan bahwa orang yang beriman dilarang untuk mencari harta, memakan harta dengan cara-cara yang haram serta jika didapatkan dengan jalan jual beli maka harus di dasari atas dasar suka sama suka atau adanya dua pihak yang melakukan jual beli.

- Surah Al-Muthaffifin ayat 1-6

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ (١) الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ (٢) وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ (٣) أَلَا يَظُنُّ أُولَٰئِكَ أَنَّهُمْ مَبْعُوثُونَ (٤) لِيَوْمٍ عَظِيمٍ (٥) يَوْمَ يَقُومُ النَّاسُ لِرَبِّ الْعَالَمِينَ (٦)

Artinya : *Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)! [1], (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan [2], dan apabila mereka manakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi [3], Tidaklah mereka mengira, bahwa sesungguhnya mereka akan dibangkitkan [4], pada suatu hari yang besar [5], (yaitu) pada hari (ketika) semua orang bangkit menghadap Tuhan seluruh alam [6].*¹⁸

Ayat diatas menjelaskan bahwa perbuatan curang yakni dengan mengurangi timbangan suatu barang adalah sesuatu perbuatan yang

¹⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Tarjamahan* (Bandung: PT. Alma'arif), 75.

¹⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Tarjamahan* (Bandung: PT. Alma'arif), 529.

dilarang oleh Allah di hal tersebut dapat memberikan kerugian terhadap orang lain.

d. Tujuan Pemasaran

Menurut Gronroos Tjiptono tujuan dari pemasaran adalah untuk menjalin, mengembangkan dan menjalin hubungan dengan pelanggan untuk jangka waktu yang panjang dengan sedemikian rupa sehingga masing-masing pihak dapat terpenuhi. Selain itu ada beberapa tujuan dari pemasaran yaitu :¹⁹

- 1) Menyampaikan informasi (promosi) serta menawarkan produk dengan tujuan menarik konsumen agar membeli produk tersebut.
- 2) Menciptakan pembelian.
- 3) Menciptakan pembelian ulang, apabila konsumen puas maka akan tercipta pembelian ulang yang akan menjadikan konsumen sebagai pelanggan setia.
- 4) Menciptakan tenaga kerja secara tidak langsung, dalam memasarkan harga dan jasa secara tidak langsung akan tercipta tenaga kerja.

2. Omzet Penjualan

a. Pengertian Omzet Penjualan

Menurut Basu Swastha omzet penjualan adalah akumulasi dari kegiatan penjualan suatu produk barang dan jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu secara terus menerus. Sedangkan Menurut Kamus Bahasa Indonesia omzet penjualan adalah jumlah hasil penjualan (dagangan), omzet penjualan total adalah jumlah penjualan barang atau jasa dari laporan laba-rugi perusahaan (laporan operasi) selama periode penjualan tertentu.²⁰

¹⁹ Cut Isnawati, "Penerapan Strategi Promotion Mix Monas Laundry," *Skripsi, Universitas Internasional Batam*, 2020, 6.

²⁰ Rizki Nur Wahid, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Rumah Makan Pelangi Kabupaten Wakatobi Menurut Perspektif Ekonomi Syariah," *Jurnal, Ilmu Ekonomi Islam, IAIN Kebumen*, 2022, 96.





b. Indikator Omzet Penjualan

Menurut Kotler dan Amstrong, indikator omzet penjualan adalah sebagai berikut :²¹

1) Harga Jual

Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pelanggan atau pembeli. Harga jual, terdiri dari :

a) Keterjangkauan Harga

Keterjangkauan harga adalah aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen.

b) Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk

Kesesuaian harga dengan kualitas produk adalah aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen sesuai dengan kualitas produk yang diterima konsumen.

c) Daya Saing Harga

Daya saing harga adalah penawaran harga yang diberikan oleh produsen atau penjual berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain, pada satu jenis produk yang sama. Konsumen membandingkan harga dari berbagai alternatif produk yang tersedia sehingga dapat memutuskan untuk mengalokasikan dana pada produk yang dikehendaki konsumen.

d) Kesesuaian Harga Dan Manfaat

Kesesuaian harga dan manfaat adalah aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen dari produk yang dibeli.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

²¹ Muhammad Yusuf Maksudi, "Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Omzet Penjualan Produk Pakaian Pada UMKM Inoy Daily Wear Di Tasikmalaya," Jakarta 2020, 11.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

2) Produk

Produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan.

Produk terdiri dari:

a) Desain Model Produk

Desain atau bentuk produk adalah atribut yang sangat penting untuk mempengaruhi konsumen, agar konsumen tertarik dan kemudian membelinya.

b) Kualitas Produk Baik

Kualitas produk adalah hal yang penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing dipasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga memiliki umur ekonomis yang lama.

c) Penampilan Produk Yang Menarik

Gaya atau penampilan adalah cara lain dalam menambah nilai bagi pelanggan, gaya hanya menjelaskan penampilan produk tertentu.

d) Biaya Promosi

Biaya promosi adalah nilai yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan untuk kepentingan promosi, yang berkaitan dengan pemasaran produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan.

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Menurut Swasta faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan adalah sebagai berikut :²²

1) Kondisi dan Kemampuan Penjual

Penjual harus dapat meyakinkan pembelinya agar berhasil mencapai target penjualan yang diharapkan. Oleh karena itu penjual

²² Susanti, "Analisis Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Omzet Penjualan Pada PT. Sampurna Kuningan Juwana," *Skripsi, Univertas Negari Semarang*, 2007, 10.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

harus memahami beberapa hal yaitu jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan harga produk dan syarat penjualan.

2) Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang bertujuan untuk menjual juga dapat mempengaruhi kegiatan penjualan. Faktor situasi pasar yang harus diperhatikan antara jenis pasar, kelompok pembeli, daya beli, frekuensi pembelian, serta keinginan dan kebutuhan.

3) Modal

Modal adalah penunjang pelaksanaan kegiatan penjualan. Modal juga diartikan sebagai harta benda yang bisa digunakan untuk menghasilkan sesuatu dan bisa menambah kekayaan.

4) Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan besar masalah penjualan biasanya ditangani oleh bagian tersendiri (*sales department*) yang ditangani oleh orang tertentu atau ahli di bidang penjualan, sedangkan pada perusahaan kecil masalah penjualan biasanya ditangani oleh yang menempati atau orang-orang yang juga menjalankan fungsi-fungsi lainnya.

5) Faktor-Faktor Lain

Faktor lain yang mempengaruhi penjualan adalah iklan, promosi, diskon dan hadiah.

d. Penerapan Nilai-Nilai Islami Dalam Meningkatkan Penjualan

Perlu kita ketahui bahwa penerapan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari akan memberikan pengaruh yang sangat baik di dunia maupun di masa yang akan datang. Selain itu, penerapan nilai-nilai Islam dalam bisnis agar bisnis selalu sejalan dengan Al-Qur'an dan Hadits dalam meningkatkan penjualan yaitu :²³

²³ Aldayani Samsul, "Impementasi Nilai-Nilai Islam Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan (Studi Pada Toko Sinar Terang Hijab Watampone)," *Skripsi, Institut Agama Islam Negeri*, 2020, 17.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suttha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi

1) Kejujuran

Dalam hal ini kejujuran merupakan kunci keberhasilan perusahaan, kejujuran dalam pelaksanaan kontrol terhadap pelanggan, hubungan kerja, dan lain-lain.²⁴ Kejujuran pelaku bisnis untuk tidak mengeksploitasi diri hanya dengan menyuap, menimbun barang, berbuat curang dan menipu, tidak memanipulasi barang secara kualitas dan kuantitas.²⁵

2) Keadilan

Dalam menenjalankan aktivitas di dunia kerja dan bisnis. Islam mewajibkan untuk berlaku adil bahkan terhadap sesuatu yang tidak disukainya. hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam surat Al-Maidah ayat 8.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ اْعْدِلُوا ۗ هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۗ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya : “Hai orang-orang beriman, hendaklah kamu menjadi orang yang lurus karena Allah semata, menjadi saksi yang adil, Dan janganlah kebencianmu kepada suatu kaum menyebabkan kamu tidak adil. Berbuat adillah, karena (adil) lebih mendekatkan kepada takwa. Dan takwalah kepada Allah. (Karena) sesungguhnya Allah amat mengetahui apa yang kamu kerjakan.”²⁶

3) Kehendak Bebas

Kebebasan merupakan bagian penting dari nilai-nilai etika bisnis Islam. Namun, kebebasan ini tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu terbuka. Tidak ada batasan penghasilan bagi seseorang untuk secara aktif mendorong orang untuk bekerja dan berkarya dengan cara apapun. Kecenderungan manusia untuk terus

²⁴ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Bisnis Islam Untuk Dunia Usaha*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 17.

²⁵ *Ibid.*,

²⁶ Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Tarjamahan* (Bandung: PT. Alma'arif), 99.

menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tidak terbatas dikendalikan dengan kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak dan sedekah.

4) Tanggung Jawab

Kebebasan tanpa batas adalah sesuatu yang tidak dapat dilakukan oleh manusia, karena tidak memerlukan tanggung jawab dan tanggung jawab untuk memenuhi syarat keadilan dan persatuan. Manusia harus bertanggung jawab atas perbuatannya. Secara logis prinsip ini erat kaitannya dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya.²⁷

5) Ikhsan

Ikhsan (kebajikan) berarti melakukan perbuatan baik yang dapat bermanfaat bagi orang lain atau profesionalisme dalam mengabdikan kepada Allah seolah-olah kamu melihatnya dan apabila kamu tidak dapat melihatnya, maka Allah melihatmu.²⁸ Semua keputusan dan tindakan harus bermanfaat bagi orang-orang, baik di dunia maupun di akhirat, selain hal itu seharusnya tidak dilakukan. Islam tidak mengizinkan kegiatan yang dapat merugikan diri sendiri, masyarakat, bahkan makhluk lain seperti hewan, tumbuhan dan alam.²⁹

e. Tujuan Penjualan

Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian.

²⁷ *Ibid.*,

²⁸ *Ibid.*,

²⁹ Sofian S. Harahap, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011),





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

Menurut Fandy Tjiptono tujuan penjualan dalam perusahaan yaitu sebagai berikut :³⁰

- 1) Tujuan yang dirancang untuk meningkatkan volume penjualan total atau meningkatkan penjualan produk-produk yang lebih menguntungkan.
- 2) Tujuan yang dirancang untuk mempertahankan posisi penjualan yang efektif melalui kunjungan penjualan reguler dalam rangka menyediakan informasi mengenai produk baru.
- 3) Menunjang pertumbuhan perusahaan

Tujuan tersebut dapat tercapai apabila penjualan dapat dilaksanakan sebagaimana yang telah direncanakan sebelumnya. Penjualan tidak selalu berjalan mulus, keuntungan dan kerugian yang diperoleh perusahaan banyak dipengaruhi oleh lingkungan pemasaran, lingkungan ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan.

3. SWOT

a. Pengertian SWOT

Menurut Freddy Rangkuti, SWOT adalah identitas dari berbagai faktor yang secara sistematis digunakan untuk merumuskan strategi pelayanan. Analisis dilakukan dengan landasan logika yang dapat memaksimalkan peluang, sekaligus dapat secara bersamaan meminimalkan kekurangan dan ancaman. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal dan faktor internal.³¹

³⁰ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategi*, (Yogyakarta: Andi, 2008), 604.

³¹ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Orientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21*, (Jakarta: PT. Granmedia Pustaka Utama, 2005), 8.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Menurut Musa Hubeis dan Muhammad Najib analisis SWOT terdiri dari kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*).³²

1) Kekuatan (*strengths*)

Kekuatan adalah bagian dari faktor-faktor internal perusahaan. Di dalam kekuatan ini, kita kan mencari unsur karakteristik perusahaan yang menunjukkan kekuatannya, yakni secara spesifik mampu memberikan kelebihan atau keuntungan bagi perkembangan bisnis.

Kekuatan (*strengths*) indikatornya sebagai berikut :

a) Jaringan pemasaran.

Jaringan pemasaran adalah sistem penjualan yang menggunakan tenaga penyalur langsung kepada konsumen.

b) Reputasi.

Reputasi adalah persepsi konsumen mengenai kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik.

c) Segmentasi pasar.

Segmentasi pasar adalah strategi perusahaan untuk mengetahui target konsumen dengan lebih baik sehingga bisnis yang dijalankan dapat membawa hasil yang optimal.

d) Pelayanan.

Pelayanan adalah kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.

2) Kelemahan (*weaknesses*)

Unsur kelemahan juga merupakan bagian dari faktor internal perusahaan. Dalam unsur kelemahan ini, perlu ditemukan unsur

³² Hasna Wijayati, *Panduan Analisis SWOT Untuk Kesuksesan Bisnis*, (Yogyakarta: Quadrant, 2019), 8-10.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

karakteristik perusahaan yang berkaitan dengan kelemahan yang mungkin dapat menghambat laju perkembangan perusahaan tersebut.

Kelemahan (*weakness*) indikatornya sebagai berikut :

- a) Lahan parkir.

Lahan parkir adalah tempat pemberhentian kendaraan dalam jangka waktu pendek atau lama, sesuai dengan kebutuhan pengendara.

- b) Kelengkapan produk yang kurang.

Kelengkapan produk adalah suatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.

- c) Diskon kurang.

Diskon adalah potongan harga yang diberi dari penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual.

- 3) Peluang (*opportunities*)

Peluang merupakan unsur ekstrinsik atau yang berasal dari luar perusahaan. Dalam peluang, kita perlu mencari unsur karakteristik yang berkaitan dengan peluang-peluang dari lingkungan sekitar atau sektor terkait yang ada bagi perusahaan tersebut, sehingga mampu mendorong perusahaan agar mengalami kemajuan.

Peluang (*opportunities*) indikatornya sebagai berikut :³³

- a) Daya beli masyarakat tinggi.

Daya beli masyarakat adalah kemampuan masyarakat atau konsumen untuk membeli barang yang dibutuhkan dan biasanya akan mengalami kondisi berupa peningkatan atau penurunan.

³³ *Ibid.*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

b) Pangsa pasar luas.

Pangsa pasar adalah sebuah persentase data yang menunjukkan seberapa besar dominasi satu perusahaan terhadap pasar yang ditargetkannya.

c) Menguasai pasar.

Menguasai pasar adalah sebuah perusahaan yang memiliki kemampuan untuk penguasaan pasar saat mencapai target pasar dinilai berhasil.

d) Selera masyarakat berubah.

Selera masyarakat adalah keinginan yang diinginkan oleh masyarakat itu sendiri, selera juga kan mempengaruhi permintaan suatu barang.

4) Ancaman (*threats*)

Faktor ancaman adalah bagian dari faktor eksternal perusahaan. Faktor ancaman meliputi berbagai unsur yang berkaitan dengan ancaman-ancaman dari situasi di luar perusahaan yang memungkinkan untuk menghambat perusahaan, menempatkan perusahaan dalam situasi sulit, atau menimbulkan masalah yang sulit untuk dihadapi oleh perusahaan.

Ancaman (*threats*) indikatornya sebagai berikut :³⁴

a) Pesaing banyak.

Pesaing adalah perusahaan yang menawarkan produk dan jasa sejenis dipasar yang sama.

b) Harga tidak stabil.

Harga tidak stabil adalah nilai yang ditetapkan terhadap suatu barang atau jasa yang berubah dari waktu ke waktu.

³⁴ *Ibid.*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

c) Munculnya pesaing baru.

Pesaing adalah suatu bisnis yang bergerak pada industry dan segmentasi pasar yang sama dengan bisnis yang ingin dimasuki atau didirikan.

d) Harga promosi bersaing.

Harga promosi adalah sebuah harga khusus yang ditawarkan dan umunya pada waktu memperkenalkan produk baru.³⁵

Menurut Sondang P. Siagian ada pembagian faktor-faktor strategis dalam analisis SWOT yaitu :

1) Faktor Kekuatan

Faktor kekuatan adalah faktor-faktor yang dimiliki oleh suatu perusahaan termasuk satuan-satuan bisnis didalamnya, antara lain kompetisi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha dipasaran. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari pada pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah dan direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan.

2) Faktor Kelemahan

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan.

3) Faktor Peluang

Peluang adalah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis.

³⁵ Haris Imawan, "Analisis Strategi Pemasaran Syariah Dalam Penjualan Produk Bersaing Di Toko Saudi Store Batoh," *Skripsi, UIN Ar-Raniry*, 2019, 33.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

4) Faktor Ancaman

Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis jika tidak dibatasi, ancaman menjadi bahaya bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun dimasa depan.³⁶

b. Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan. Dengan matriks SWOT, kita dapat memperoleh gambaran secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh perusahaan, dengan disesuaikan pada kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Dari matriks ini, juga akan dihasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi yang dapat diterapkan perusahaan untuk mencari visi misinya.³⁷ Strategi di bentuk dengan menggunakan data SWOT dalam matriks SWOT. Ada empat strategi yang dapat dipetakan yaitu strategi SO, WO, WT dan ST.³⁸

Tabel 2.1
Matriks SWOT

Faktor-Faktor Internal (IFAS)	Kekuatan/Strength (S) Kekuatan-kekuatan faktor internal perusahaan.	Kelemahan/Weakness (W) Kelemahan-kelemahan faktor internal perusahaan.
Faktor-Faktor Eksternal (EFAS)		
Opportunity/Peluang (O) Faktor peluang eksternal.	Strategi S-O Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	Strategi W-O Strategi yang memanfaatkan peluang untuk mengatasi ancaman.
Threat/Ancaman (T) Faktor ancaman eksternal.	Strategi S-T Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	Strategi W-T Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

(Sumber : Freddy Rangkuti)

³⁶ Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), 171.

³⁷ Freddy Rangkuti, *op. cit*, 31.

³⁸ Hasna Wijayati, *Panduan Analisis SWOT Untuk Kesuksesan Bisnis*, (Yogyakarta: Quadrant, 2019), 20.



B. Studi Relevan

Agar terhindar dari penelitian dengan objek yang sama maka diperlukan studi relevan terlebih dahulu, pada tabel 2.2 penelitian terdahulu terdapat beberapa penelitian yang berhubungan dengan yang dilakukan oleh penulis yaitu :

Tabel 2.2
Studi Relevan

No	Nama	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Ayu Ferendika, Despita Meisak, Laura Prasasti, Masgo, Gita Melati. (2022) ³⁹	Penentuan Alternatif Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Analisis SWOT Melalui Faktor Internal dan Faktor Eksternal Pada Peningkatan UMKM KUBE (Kelompok Usaha Bersama) Mega Buana di Masa Pandemi Covid-19.	Sama-sama menganalisis faktor internal dan faktor eksternal dalam meningkatkan pendapatan. matrik SWOT dalam meningkatkan usaha.	Penelitian terdahulu menggunakan matrik EFE dan IFE serta objek penelitian di UMKM KUBE Mega Buana sedangkan penelitian saat ini menggunakan matrik IFAS dan EFAS serta objek penelitian saat ini di Toko Kue Twincakes.
2.	Rizki Nur Wakhid Hidayatullah dan Sitti Rahma Guruddin. (2022) ⁴⁰	Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Rumah Makan Pelangi Kabupaten Wakatobi Menurut Perspektif Ekonomi Syariah.	Sama-sama menerapkan strategi pemasaran <i>marketing mix</i> .	Penelitian terdahulu menggunakan strategi pemasaran 4P, tidak menggunakan matriks SWOT dan objek penelitiannya di Kabupaten

³⁹ Ayu Ferantika et al., "Penentuan Alternatif Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Analisis SWOT Melalui Faktor Internal Dan Faktor Eksternal Pada Peningkatan Pendapatan UMKM KUBE," *Jurnal, Akutansi Dan Manajemen, Universitas Dinamika Bangsa Jambi*, 2022.

⁴⁰ Rizki Nur Wahid, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Rumah Makan Pelangi Kabupaten Wakatobi Menurut Perspektif Ekonomi Syariah."



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Diarangi mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

				Wakatobi, sedangkan penelitian ini 7P, menggunakan matriks SWOT dan objek penelitiannya di Kecamatan Sungai Gelam.
3.	Windya Sari, Basuki dan Prihatini Ade Mayyita. (2021) ⁴¹	Kebijakan Strategi Pemasaran Untuk Mencapai Omset Penjualan Pada PT. Antarmitra Sembada Cabang Banjarmasin Melalui Pendekatan Analisis SWOT.	Sama-sama menggunakan matriks SWOT.	Penelitian terdahulu menggunakan strategi pemasaran 4P dan objek penelitiannya di Banjarmasin, sedangkan pada penelitian saat ini menggunakan strategi pemasaran 7P dan objek penelitiannya pada Toko Kue Twincakes di Sungai Gelam.
4.	Annisa Murti. (2020) ⁴²	Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Toko Duo Sister Hijab Kota Bengkulu.	Sama-sama menggunakan matriks SWOT dalam meningkatkan omzet penjualan.	Penelitian terdahulu menggunakan 4 P dan objek penelitian di Bengkulu sedangkan penelitian saat ini menggunakan 7 P dan objek

⁴¹ Windya Sari, Basuki, and Prihatini Ade Mayyita, "Kebijakan Strategi Pemasaran Untuk Mencapai Omset Penjualan Pada PT. Antarmitra Sembada Cabang Banjarmasin Melalui Pendekatan Analisis SWOT," *Jurnal, Universitas Islam Kalimantan*, 2021.

⁴² Annisa Murti, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Toko Duo Sister Hijab Kota Bengkulu," *Jurnal, Universitas Muhammadiyah Bengkulu*, 2020.

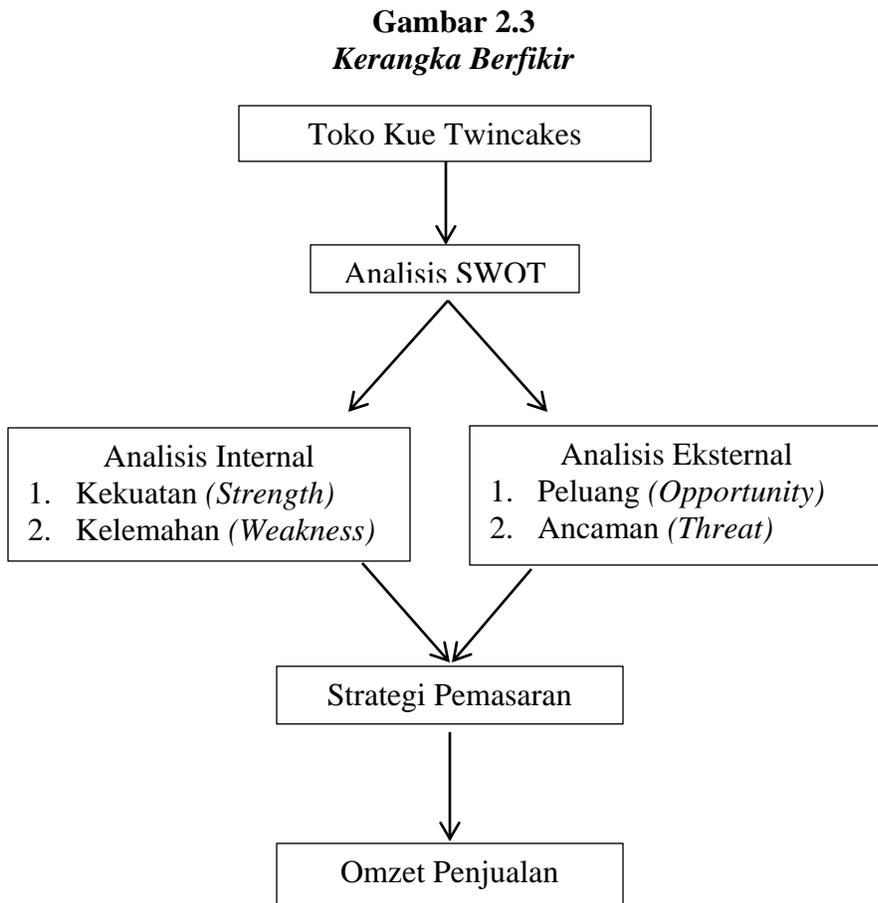


				penelitian.pada Toko Kue Twincakes di Sungai Gelam.
5.	Qonita Alfia Fitriani dan Susi Hariyati. (2019) ⁴³	Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Lawu Adventure Di Sidoarjo.	Sama-sama menggunakan analisis SWOT dalam penelitian.	Penelitian terdahulu menggunakan strategi pemasaran 4P dan objek penelitiannya di Sidoarjo, sedangkan paada penelitian saat ini menggunakan strategi pemasaran 7P dan objek penelitian Toko Kue Twincakes di Sungai Gelam.

C. Kerangka Berfikir

Proses kerangka berfikir dalam penelitian ini pertama menganalisis SWOT yang terdiri dari analisis internal dan analisis eksternal setelah dianalisis kemudian menentukan strategi pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan pada toko kue Twincakes. Kerangka berfikir ditampilkan dalam bentuk bagan yang dapat dilihat pada gambar 2.3 sebagai berikut :

⁴³ Qonita Alfia Fitriani and Susi Hariyati, “Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Lawu Adventure Di Sidoarjo,” 2019.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode dan Jenis Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menggali informasi secara mendalam yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata lisan langsung melalui wawancara dengan pemilik toko kue Twincakes, karyawan dan pelanggan dari orang dan perilaku yang diamati.⁴⁴

Dalam penelitian ini, kita melihat bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan yang dilakukan toko kue Twincakes menggunakan analisis SWOT. Yang telah diteliti seperti pada Al-Qur'an, buku, jurnal, skripsi maupun sumber lisan pihak informan.

B. Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Air Hitam, Kecamatan Sungai Gelam, Kabupaten Muaro Jambi. Sedangkan objek penelitian pada toko kue Twincakes .

Alasan peneliti mengambil objek penelitian ini karena peneliti ingin mengetahui sejauh mana strategi pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan pada toko kue Twincakes menggunakan analisis SWOT.

D. Jenis dan Sumber Data

Menurut Lofland sumber data terpenting dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan. Data berdasarkan sumbernya ada dua sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.⁴⁵

⁴⁴ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), 9.

⁴⁵ Titin Agustin Nengsih, Bella Arisha, and Yuliana Safitri, "Statistik Deskriptif Dengan Program R," *PT. Sonpedia Publishing Indonesia* Desember 2022, 16.



a) Data Primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh berupa kata-kata yang diperoleh hasil wawancara dan observasi dengan informan yang sedang dijadikan sampel penelitian. Data primer biasanya didapat dari subyek penelitian dengan cara melakukan pengamatan, percobaan, interview/wawancara ataupun pengisian kuesioner secara langsung atau secara tidak langsung melalui aplikasi seperti *Google Form*, *ArcGIS*, dan lain-lain.

Informan pada penelitian ini yaitu karyawan sebanyak 1 orang , pelanggan sebanyak 3 orang dan responden kuesioner sebanyak 15 orang . Sedangkan key informan adalah pemilik toko kue Twincakes. Adapun kriteria informan penelitian yang peneliti anggap mampu dan mengetahui permasalahan ini, ciri-cirinya sebagai berikut : mengetahui kejadian dan permasalahan, sehat jasmani dan rohani, berada di daerah yang diteliti, terlibat langsung dengan permasalahan dan dapat berargumentasi dengan baik.

Untuk memudahkan dalam pencarian data dan informasi serta untuk lebih jelasnya tentang data key informan dan informan dalam penelitian ini maka dapat dilihat dalam tabel 3.1 dibawah ini :

Tabel 3.1
Data Informan Penelitian

No.	Keterangan	Informan
1.	Pemilik Toko Kue Twincakes	2 orang
2.	Karyawan	1 orang
3.	Pelanggan	15 orang
Jumlah		18 orang

(Sumber : Data diolah)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dokumen dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

b) Data Sekunder

Data sekunder berupa kata-kata yang sudah tersedia dan dapat diperoleh oleh peneliti dengan cara membaca, meneliti atau mendengarkan. Data sekunder adalah data yang tidak langsung diperoleh dari sumber pertama dan telah tersusun dalam bentuk dokumen tertulis.

Data sekunder pada penelitian ini adalah data pemasaran yang dilakukan toko kue Twincakes, data pemilik toko kue di Sungai Gelam, data daftar varian produk dan list harga, data jumlah pembeli dan data omzet penjualan toko kue Twincakes.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dan fakta penelitian. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Observasi

Observasi disebut juga pengamatan merupakan kegiatan pemuatan perhatian semua objek dengan menggunakan seluruh indra. Observasi adalah metode pengumpulan data dimana penelitian mencatat informasi yang mereka saksikan selama penelitian. Penyaksian terhadap peristiwa-peristiwa itu bisa dengan melihat, mendengar, merasakan yang kemudian dicatat subjektif mungkin.⁴⁶

Peneliti melakukan observasi langsung di Air Hitam, Kec. Sungai Gelam, Kab. Muaro Jambi dengan melakukan pengamatan terhadap fenomena yang terjadi dilapangan yaitu pemasaran yang dilakukan pemilik toko kue Twincakes melalui media sosial dan juga menyediakan stok kue, sehingga pelanggan menjadi tertarik untuk membeli produk tersebut. Peneliti akan mengamati fakta-fakta yang ada dilapangan kemudian melakukan penelitian

⁴⁶ Suhasmi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 156.

hasil observasi dilakukan di Air Hitam, Kec. Sungai Gelam, Kab. Muaro Jambi sebagai proses pengumpulan data.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data berupa dokumen-dokumen, buku, jurnal dan sumber-sumber resmi lainnya. Metode ini digunakan untuk segala jenis suara atau bunyi. Metode ini digunakan untuk memperoleh data-data yang valid, informasinya diberikan oleh informan melalui wawancara.⁴⁷ Contoh dokumentasi seperti foto-foto saat proses penelitian, rekaman hasil wawancara dan catatan berupa data yang didapat dari Toko Kue Twincakes.

c. Wawancara

Wawancara adalah cara yang dipakai untuk memperoleh informasi melalui kegiatan interaksi sosial antara peneliti dengan yang diteliti. Wawancara merupakan suatu proses interaksi dan komunikasi untuk mendapatkan informasi yang diperoleh dengan cara bertanya atau mewawancarai langsung kepada responden.⁴⁸

Didalam penelitian ini menggunakan proses wawancara secara langsung untuk mendapatkan informasi yaitu melakukan proses tanya jawab bersama Pemilik Toko Kue Twincakes, dimana peneliti telah menyediakan pertanyaan untuk narasumber terkait strategi pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan menggunakan analisis SWOT.

E. Metode Pengecekan Keabsahan Data

Dalam pengambilan keabsahan data, penulis memakai teknik trigulasi yakni teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu data itu. Diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik trigulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D I* (Bandung: Alfabeta CV, 2016).

⁴⁸ Fandi Rosi Sarwo Edi, *Teori Wawancara Psikodiagnostik* (Yogyakarta: PT. Lautika Nouvalitera, 2006).





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthra Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dokumen dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthra Jambi

lainnya. Denzin membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori.⁴⁹

Berdasarkan penjelasan tersebut maka teknik ini digunakan untuk mengecek kebenaran data dengan membandingkan data-data dokumentasi sehingga dapat dipertanggung jawabkan atas keseluruhan data yang diperoleh oleh penulis.

F. Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain, sehingga mudah dipahami, semuanya dapat diinformasikan kepada orang lain.⁵⁰

Untuk menganalisis data, peneliti mengikuti konsep Miles dan Huberman yang mengemukakan bahwa analisis data kualitatif terdiri dari tiga tahap, yaitu sebagai berikut :

1) Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci, semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

Inti dari reduksi data adalah proses penggabungan dan penyeragaman segala bentuk informasi yang diperoleh menjadi satu bentuk tulisan yang akan dianalisis. Data yang direduksi tersebut memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai analisis SWOT inovasi produk Twincakes dalam

⁴⁹ Fuad Fachruddin, *Agama Dan Pendidikan Demokrasi Pengalaman Muhammadiyah Dan Nahdlatul Ulama* (Jakarta: Pustaka Alvabet dan Yayasan INSEP, 2006).

⁵⁰ Arikunto Suharimi, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2005).



meningkatkan omzet penjualan yang ada di Air Hitam, Kecamatan Sungai Gelam, Kabupaten Muaro Jambi.

2) Penyajian Data

Setelah data direduksi maka langkah selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data yaitu mengumpulkan data informasi secara tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Penyajian data dilakukan dengan alasan supaya peneliti dapat menguasai data, selain itu juga supaya peneliti mudah dalam memahami yang telah terjadi dan dapat merencanakan apa yang dilakukan selanjutnya.

3) Verifikasi

Verifikasi merupakan rangkaian analisis data puncak. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif menurut Miler dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi kesimpulan awal yang akan dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat dan mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikembangkan pada tahap awal, di dukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Dengan demikian kesimpulan dalam penelitan kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Tabel 3.2
Kehadiran Peneliti

No	Jenis Kegiatan	Tahun 2022-2023										
		Bulan										
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1.	Pengajuan Judul	√										
2.	Pra-Riset		√									
3.	Pembuatan Proposal		√									
4.	Bimbingan Proposal			√	√	#						
5.	Seminar Proposal						√					
6.	Perbaikan Seminar Proposal						√	√				
7.	Riset							√				
8.	Pengumpulan Data							√				
9.	Penyusunan Bab IV dan V							√				
10.	Bimbingan Skripsi							√				
11.	Sidang Munasqosah								√			
12.	Perbaikan dan Penjilidan Skripsi									√		
13.	Daftar Wisuda									√		
14.	Yudisium										√	
15.	Wisuda											√

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum dan Objek Penelitian

1. Sejarah Toko Kue Twincakes

Toko Kue Twincakes merupakan sebuah toko kue dengan berbagai variasi rasa dan bentuk yang didirikan pada awal 2017 oleh dua saudara kembar. Mereka adalah Salsa Augusti Yola dan Salsa Augustila. Berdasarkan informasi dari mereka selaku pemilik dari Twincakes tersebut, nama Twincakes sendiri diambil karena status keduanya yang merupakan saudara kembar. “Twin” yang berarti kembar dimaksudkan sebagai penunjuk identitas bahwa pemilik toko tersebut adalah saudara kembar. Kemudian “Cakes” artinya kue-kue dimaksudkan untuk menjelaskan produk yang mereka jual yaitu aneka kue. Maka, Twincakes merupakan toko kue yang pemiliknya merupakan saudara kembar dimana toko tersebut menjual kue-kue tertentu.

Pada awal berdirinya tahun 2017, Twincakes hanya menjual beberapa produk kue saja, salah satunya yaitu kue untuk ulang tahun. Kemudian pada tahun 2018 pemilik toko mengembangkan jenis produk mereka karena mengalami peningkatan penjualan. Produk-produk yang mereka jual tidak hanya untuk ulang tahun saja, akan tetapi mereka menjual kue untuk acara-acara lainnya seperti untuk hantaran pernikahan, untuk tunangan, kue lebaran dan jenis kue lainnya hingga saat ini.

2. Lokasi Toko Kue Twincakes

Lokasi yang menjadi objek penelitian ini terletak di Desa Air Hitam, Kecamatan Sungai Gelam, Kabupaten Muaro Jambi. Toko ini terletak sekitar 2 km dari pusat Kota Jambi.

Ada dua alternatif jalan untuk sampai ke lokasi Twincakes. Jalur yang pertama adalah jalur Thehok-Paal Merah. Jalur kedua adalah jalur Pasir Putih-Talang Bakung.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Batas wilayah toko kue Twincakes yaitu :

- Sebelah Utara : Rumah Makan Tiga Putra
 Sebelah Barat : Fajar Jaya Furniture
 Sebelah Selatan : Pemukiman Warga
 Sebelah Timur : SDN 15 Muaro Jambi

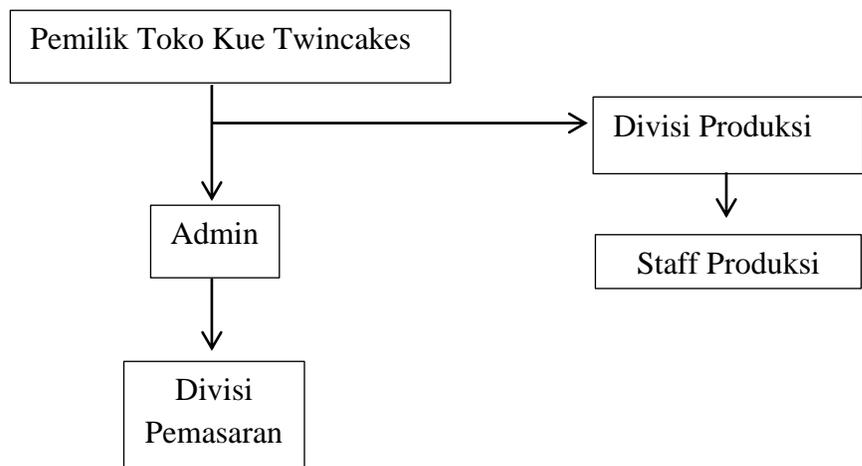
Toko Kue Twincakes memiliki bangunan berupa ruko yang menghadap ke utara, toko tersebut merupakan bangunan yang cukup simple, didepan Toko Kue Twincakes terdapat neon box yang bertuliskan “TWINCAKES”

3. Struktur Organisasi Toko Kue Twincakes

Berikut merupakan struktur organisasi dari Toko Kue Twincakes.

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Twincakes



Adapun tugas-tugasnya yaitu :

- a. Admin
 - Menerima panggilan telepon
 - Membuat agenda
 - Entri data
 - Melakukan arsip data



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

b. Divisi Pemasaran

- Melakukan manajemen kampanye pemasaran
- Memproduksi materi pemasaran dan promosi
- Memantau dan mengelola media sosial
- Memproduksi komunikasi internal
- Berperan sebagai penghubung media
- Melakukan riset pelanggan dan pasar
- Manjalin kerjasama dengan vendor dan agensi luar

c. Divisi Produksi

Bagian produksi adalah suatu bagian yang ada pada perusahaan yang bertugas untuk mengatur kegiatan-kegiatan yang diperlukan bagi terselenggaranya proses produksi. Tanpa adanya perencanaan yang matang, pengaturan yang bagus serta pengawasan akan mengakibatkan jeleknya hasil produksi. Dalam Toko Kue Twincakes, divisi produksi bertugas sebagai perencana dan pembuatan model kue-kue yang direncanakan sendiri maupun model yang dipesan oleh pelanggan.

4. Visi dan Misi Toko Kue Twincakes

a. Visi

Adapun visi dari Toko Kue Twincakes yaitu :

“Menyediakan produk kue yang berkualitas tinggi namun dengan harga yang terjangkau dan dapat bersaing secara sehat serta memberikan pelayanan terhadap konsumen dengan baik”.

b. Misi

Adapun misi dari Toko Kue Twincakes yaitu :

- Memperluas lapangan kerja untuk masyarakat sekitar tempat produksi pada khususnya dan masyarakat Indonesia pada umumnya.
- Menciptakan tenaga kerja yang ahli dan kompeten serta memiliki imtaq dan iptek yang kuat.



- Memuaskan pelanggan.
- Menjadi perusahaan yang terdepan di bidangnya.

B. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan pemilik toko kue Twincakes, karyawan dan pelanggan, sebagai berikut :

1. Hasil Wawancara

a. Hasil Wawancara Pemilik Toko Kue Twincakes

1) Menyediakan Produk Yang Beragam

Melalui wawancara yang peneliti lakukan bersama Ibu Tila dan Ibu Yola selaku pemilik toko kue Twincakes.

Ibu Tila mengatakan bahwa :

“Produk yang saya tawarkan bermacam-macam mulai dari kue ulang tahun, aneka bolu, kue kering, kue tradisonal, dessert dan keripik snack itu ada ditoko ini. Saya juga menyediakan berbagai varian rasa dan topping”.⁵¹

Ibu Yola mengatakan bahwa :

“Saya menjual produk beragam mulai dari aneka kue bolu, kue ulang tahun, kue kering, kue tadisonal, dessert seperti browniese lumer dan salad buah, aneka cemilan, perkripikan dan masih banyak lagi yang lainnya bisa dilihat pada brosur yang telah disediakan”.⁵²

2) Produk Dapat Menyesuaikan Permintaan Pelanggan

Melalui wawancara yang peneliti lakukan bersama Ibu Tila dan Ibu Yola selaku pemilik toko kue Twincakes.

Ibu Tila mengatakan bahwa :

“Saya memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menentukan sendiri model yang diinginkan dan saya membuat desain itu semirip mungkin dengan yang dipesan, disini juga menyediakan model desain pada brosur kalau pelanggan tidak memiliki desain”.⁵³

⁵¹ Salsa Augustila, “Wawancara Pemilik Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 23, 2023.

⁵² Salsa Augusti Yola, “Wawancara Pemilik Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 26, 2023.

⁵³ Salsa Augustila, “Wawancara Pemilik Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 23, 2023.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Ibu Yola mengatakan bahwa :

*“Pelanggan bisa request desain yang diinginkan saya akan membuatnya semirip mungkin dengan yang dipesan karena disini pelanggan bebas menentukan desain dan model, tetapi jika pelanggan tidak memiliki desain saya menyediakan contoh model desain yang ada pada brosur”.*⁵⁴

3) Harga Yang Bervariasi

Melalui wawancara yang peneliti lakukan bersama Ibu Tila dan Ibu Yola selaku pemilik toko kue Twincakes.

Ibu Tila mengatakan bahwa :

*“Harga yang saya tawarkan bervariasi ya mulai dari harga seribu sampai ratusan sesuai dengan kue yang ditawarkan, untuk kue tradisional mulai dari harga Rp.1000, untuk aneka bolu mulai dari harga Rp. 35.000, untuk aneka snack cemilan mulai dari harga Rp.5000 sampai Rp. 10.000, untuk dessert seperti browniese lumer dan salad mulai dari harga Rp.10.000 sampai Rp. 20.000, untuk kue wedding mulai dari harga Rp.100.000 sampai Rp.300.000 dan untuk kue ulang tahun mulai dari harga Rp.35.000 sampai ratusan, tergantung dari ukuran dan topping yang dipilih oleh pelanggan”.*⁵⁵

Ibu Yola mengatakan bahwa :

*“Harganya bervariasi mulai dari harga seribuan sampai dengan harga ratusan juga ada tergantung dari jenis, ukuran dan topping kue tersebut, sehingga pelanggan bisa menyesuaikan budget yang dimiliki dengan produk yang saya tawarkan”.*⁵⁶

4) Mengadakan Promosi Dan Diskon

Melalui wawancara yang peneliti lakukan bersama Ibu Tila dan Ibu Yola selaku pemilik toko kue Twincakes.

⁵⁴ Salsa Augusti Yola, “Wawancara Pemilik Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 26, 2023.

⁵⁵ Salsa Augustila, “Wawancara Pemilik Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 23, 2023.

⁵⁶ Salsa Augusti Yola, “Wawancara Pemilik Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 26, 2023.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Ibu Tila mengatakan bahwa :

*“Biasanya saya mengadakan promosi dan diskon pada hari jumat dan minggu sertapada hari- hari besar lainnya. Dengan adanya promosi dan diskon ini membuat pelanggan banyak membeli produk”.*⁵⁷

Ibu Yola mengatakan bahwa :

*“Untuk promosi dan diskon biasanya saya berikan di hari jum’at dan minggu serta pada hari-hari tertentu lainnya. Melalui promosi dan diskon ini dapat meningkatkan omzet penjualan karena pelanggan membeli banyak produk”.*⁵⁸

5) Lokasi Yang Dapat Dijangkau Pelanggan

Melalui wawancara yang peneliti lakukan bersama Ibu Tila dan Ibu Yola selaku pemilik toko kue Twincakes.

Ibu Tila mengatakan bahwa :

*“Menurut saya lokasi toko kue ini dapat dinagkau oleh pelanggan, seperti yang kita tahu bahwa lokasi toko kue Twincakes dekat dengan permukiman warga, TK, SD, SMP, SMA, Puskesmas, perkantoran dan juga dekat dengan perbatasan antara kota jambi dan muaro jambi sehingga lokasinya sangat strategis”.*⁵⁹

Ibu Yola mengatakan bahwa :

*“Menurut saya lokasi toko kue ini sudah strategis sehingga dapat dijangkau oleh pelanggan karena jalan yang biasa dilalui masyarakat dekat dengan perbatasan antara Kota Jambi dengan Muaro Jamb, dekat juga dengan TK, SD, SMP, SMA, Kantor Desa, Puskesmas, Klinik dan perkantoran”.*⁶⁰

b. Hasil Wawancara Karyawan Toko Kue Twincakes

1) Proses Produksi Relatif Mudah

Melalui wawancara yang telah peneliti lakukan bersama Saudari Mirna selaku karyawan toko kue Twincakes mengatakan bahwa :

⁵⁷ Salsa Augustila, “Wawancara Pemilik Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 23, 2023.

⁵⁸ Salsa Augusti Yola, “Wawancara Pemilik Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 26, 2023.

⁵⁹ Salsa Augustila, “Wawancara Pemilik Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 23, 2023.

⁶⁰ Salsa Augusti Yola, “Wawancara Pemilik Toko Kue Twincakes”, Dired, Maret 26, 2023.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

*“Proses produksi kita sesuai dengan tahap-tahap yang berlaku dan tidak terlewatkan sehingga sudah sesuai dengan rincian yang telah ditetapkan, untuk waktu dalam proses produksi tergantung kuenya sekedar bolu itu tidak lama memerlukan waktu sekitar 1 jam yang lama kue ulang tahun karna harus dihias terlebih dahulu dan kami memproses kue itu sekali banyak misalnya sekali adonan itu untuk 10 kue”.*⁶¹

2) Menggunakan Bahan Yang Berkualitas

Melalui wawancara yang telah peneliti lakukan bersama Saudari Mirna selaku karyawan toko kue Twincakes mengatakan bahwa :

“Menurut saya sangat berkualitas ya, karena ada harga ada harga. Disini menggunakan bahan-bahan bermerek seperti penggunaan mentega merek blue band, tepung segitiga biru, dan lainnya”.

3) Menggunakan Alat Produksi Modern

Melalui wawancara yang telah peneliti lakukan bersama Saudari Mirna selaku karyawan toko kue Twincakes mengatakan bahwa :

*“Ya, kami menggunakan alat yang cukup modern dalam proses produksi seperti mixer untuk mengaduk adonan, oven listrik untuk memanggang kue bolu dan disini kami juga menggunakan alat yang manual disaat terjadinya pemdaman listrik seperti pengocok telur, pemanggang tetapi jika menggunakan alat manual membutuhkan waktu yang lama dalam proses pembuatan kue”.*⁶²

4) Memberikan Pelayanan Yang Terbaik

Melalui wawancara yang telah peneliti lakukan bersama Saudari Mirna selaku karyawan toko kue Twincakes mengatakan bahwa :

*“Untuk sejauh ini kami sudah memberikan pelayanan terbaik yang membuat pelanggan puas berbelanja ditoko kue Twincakes yang membuat mereka kembali membeli produk kue ditoko ini”.*⁶³

⁶¹ Mirna Safitri, “Wawancara Karyawan Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 23, 2023.

⁶² Mirna Safitri, “Wawancara Karyawan Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 23, 2023.

⁶³ Mirna Safitri, “Wawancara Karyawan Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 23, 2023.



c. Hasil Wawancara Pelanggan Toko Kue Twincakes

1) Memiliki Varian Produk

Melalui wawancara yang telah peneliti lakukan bersama Saudari Yenny, Mela dan Yumi selaku pelanggan toko kue Twincakes.

Saudari Yenny mengatakan bahwa :

*“ Produk yang dijual di toko kue Twincakes sangat beragam, biasanya saya memesan cake untuk ulang tahun dan sehari-hari membeli brownies lumer, salad buah dan cemilan ringan yang memiliki citra rasa tersendiri yang berbeda dengan yang lainnya sehingga membuat minat saya untuk membeli produk tersebut berulang ”.*⁶⁴

Saudari Mela mengatakan bahwa :

*“ Produk yang ditawarkan bermacam-macam, saya membeli produk sesuai dengan kebutuhan jika membutuhkan kue ulang tahun maka saya membeli kue ulang tahun dan untuk hari biasa membeli dessert seperti browniese, salad buah dan lainnya dengan rasa yang enak membuat saya tertarik untuk membeli produk tersebut ”.*⁶⁵

Saudari Yumi mengatakan bahwa :

*“Produknya bermacam-macam mulai dari aneka bolu, browniese dan masih banyak lagi yang lainnya karena rasanya yang enak dan nikmat membuat saya tertarik untuk membeli kue ini ”.*⁶⁶

2) Harga Relatif Terjangkau

Melalui wawancara yang telah peneliti lakukan bersama Saudari Yenny, Mela dan Yumi selaku pelanggan toko kue Twincakes.

Saudari Yenny mengatakan bahwa :

*“ Harga di toko kue Twincakes bervariasi tergantung dari produk yang dibeli mulai dari harga seribu sampai harga ratusan ribu. Dengan harga tersebut membuat saya tertarik dalam membeli produk yang ada terlebih saya sebagai seorang pelajar yang memiliki uang jajan yang terbatas, menurut saya harga kue yang ada di toko kue Twincakes sangat pas di kantong pelajar dan harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan kualitas produk tersebut ”.*⁶⁷

⁶⁴ Yenny Indri Yani, “Wawancara Pelanggan Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 18, 2023.

⁶⁵ Melawati Putri, “Wawancara Pelanggan Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 24, 2023.

⁶⁶ Ayumi Larati, “Wawancara Pelanggan Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 28, 2023.

⁶⁷ Yenny Indri Yani, “Wawancara Pelanggan Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 18, 2023.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Saudari Mela mengatakan bahwa :

*” Menurut saya harga yang terjangkau dan harga bervariasi sangat pas dikantong mahasiswa, terlebih dengan adanya pilihan harga yang dapat disesuaikan dengan budget yang dimiliki pelanggan, serta memberikan kualitas yang terbaik ”.*⁶⁸

Saudari Yumi mengatakan bahwa :

*“Menurut saya harganya bervariasi jadi saya bisa dalam melakukan pembelian menyesuaikan dengan budget yang dimiliki”.*⁶⁹

3) Memberikan Promosi Dan Diskon

Melalui wawancara yang telah peneliti lakukan bersama Saudari Yenny, Mela dan Yumi selaku pelanggan toko kue Twincakes.

Saudari Yenny mengatakan bahwa :

*“ Saya sangat tertarik karena toko kue Twincakes selalu mengadakan diskon pada hari jum’at dan minggu dengan memberikan potongan harga, apalagi disaat 17 agustus biasanya Twincakes selalu mengadakan promosi dan pada hari-hari besar lainnya ”.*⁷⁰

Saudari Mela mengatakan bahwa :

*“ Sangat tertarik dong dizaman sekarang jarang toko kue memberikan promosi dan diskon. Biasanya promosi dan diskon itu diberikan pada hari jum’at, minggu dan pada hari besar lainnya seperti hari guru, 17 agustus, hari ibu dan lainnya ”.*⁷¹

Saudari Yumi mengatakan bahwa :

*“Ya, saya tertarik dengan adanya diskon, yang saya tau diskon dan promosi ini pada weekend karena saya baru pertama kali beli pada hari minggu ”.*⁷²

4) Memudahkan Dalam Proses Pembelian

Melalui wawancara yang telah peneliti lakukan bersama Saudari Yenny, Mela dan Yumi selaku pelanggan toko kue Twincakes.

⁶⁸ Melawati Putri, “Wawancara Pelanggan Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 24, 2023.

⁶⁹ Ayumi Larasati, “Wawancara Pelanggan Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 28, 2023.

⁷⁰ Yenny Indri Yani, “Wawancara Pelanggan Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 18, 2023.

⁷¹ Melawati Putri, “Wawancara Pelanggan Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 24, 2023.

⁷² Ayumi Larasati, “Wawancara Pelanggan Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 28, 2023.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Saudari Yenny mengatakan bahwa :

*“ Biasanya dalam proses pembelian tidak lama, saat saya datang ke toko Twincakes langsung dilayani dengan baik dan prosesnya juga cepat pada toko Twincakes juga bisa PO dan COD pesanan yang memudahkan disaat saya tidak bisa datang ke toko langsung ”.*⁷³

Saudari Mela mengatakan bahwa :

*“ Tidak sih karena biasanya saya membeli produk yang ada ditoko sehingga proses pembelian cepat dan pelayanan yang diberikan membuat saya puas berbelanja ditoko kue ini. Jika pun ingin PO saya memesan ke owner dari jauh-jauh hari sehingga disaat mengambil pesanan tersebut langsung ada dan apabila mager saya bisa melakukan COD untuk pembelian kue di toko kue Twincakes ”.*⁷⁴

Saudari Yumi mengatakan bahwa :

*“Tidak karena pas saya datang langsung dilayani dengan baik, setelah saya memiliki kue yang saya inginkan kemudian melakukan pembayaran dan saya sudah bisa mendapatkan kue yang saya mau, selain itu yang saya tau di toko ini bisa COD jadi memudahkan dalam melakukan pembelian kue jika saya tidak bisa datang langsung ke toko ”.*⁷⁵

5) Pelanggan Bisa Costum Produk

Melalui wawancara yang telah peneliti lakukan bersama Saudari Yenny, Mela dan Yumi selaku pelanggan toko kue Twincakes.

Saudari Yenny mengatakan bahwa :

*“Di toko Twincakes bisa costum produk dan produknya sesuai dengan brosur atau pesanan yang diinginkan. Sebelumnya saya pernah memesan produk terlebih dahulu melalui aplikasi whatsapp jadi disaat saya datang pesanan sudah siap dan tidak membutuhkan waktu yang lama ”.*⁷⁶

Saudari Mela mengatakan bahwa :

“Bisa, karena saya pernah request desain yang diinginkan kepada owner toko kue Twincakes melalui whatsapp dan desainnya sesuai

⁷³ Yenny Indri Yani, “Wawancara Pelanggan Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 18, 2023.

⁷⁴ Melawati Putri, “Wawancara Pelanggan Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 24, 2023.

⁷⁵ Ayumi Larasati, “Wawancara Pelanggan Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 28, 2023.

⁷⁶ Yenny Indri Yani, “Wawancara Pelanggan Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 18, 2023.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

dengan yang saya inginkan jadi disaat datang mengambil kue tersebut produknya sudah siap”.⁷⁷

Saudari Yumi mengatakan bahwa :

“Yang saya tau kita bisa menentukan desain atau model yang diinginkan dan kemudian pemilik toko kuenya membuatnya sesuai dengan yang saya ininkan”.⁷⁸

6) Desain Yang Menarik

Melalui wawancara yang telah peneliti lakukan bersama Saudari Yenny, Mela dan Yumi selaku pelanggan toko kue Twincakes.

Saudari Yenny mengatakan bahwa :

“Desain yang ditawarkan sangat kekinian, tidak ketinggalan zaman banyak disukai anak muda sekarang itu yang membuat saya tertarik dan desainnya bisa menyesuaikan dengan permintaan saya ”.⁷⁹

Saudari Mela mengatakan bahwa :

“ Desainnya sangat menarik karena desainnya yang lucu, kekinian, modern itu sih yang membuat saya tertarik terlebih banyak pilihan desain yang ditawarkan pada brosur yang sesuai dengan produk aslinya”.⁸⁰

Saudari Yumi mengatakan bahwa :

“Menurut saya menarik desainnya bagus selain itu banyak pilihan juga ada yang bentuk karakter, model-model unik seperti yang ada pada brosur”.⁸¹

2. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Toko Kue Twincakes Menggunakan Analisis SWOT

Analisis SWOT terdiri dari *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang) dan *Threath* (Ancaman). Analisis SWOT pada toko kue Twincakes yaitu :

⁷⁷ Melawati Putri, “Wawancara Pelanggan Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 24, 2023.

⁷⁸ Ayumi Larasati, “Wawancara Pelanggan Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 28, 2023.

⁷⁹ Yenny Indri Yani, “Wawancara Pelanggan Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 18, 2023.

⁸⁰ Melawati Putri, “Wawancara Pelanggan Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 24, 2023.

⁸¹ Ayumi Larasati, “Wawancara Pelanggan Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 28, 2023.



a. *Strength* (Kekuatan)

1) **Bahan Baku Yang Digunakan Berkualitas**

Bahan baku dalam pembuatan kue pada toko kue Twincakes menggunakan bahan yang berkualitas seperti penggunaan mentega merek blue band, tepung merek segitiga biru dan lainnya, sehingga produk yang dihasilkan memiliki kualitas sesuai dengan bahan yang digunakan.

2) **Bahan Baku Pembuatan Kue Mudah Diperoleh**

Bahan baku diperoleh dari agen yang menjual bahan kue dan supermarket sehingga ketersediaan bahan baku untuk produksi mudah dijangkau dan tidak menghambat proses produksi dalam pembuatan kue pada toko kue Twincakes.

3) **Proses Pembuatan Relatif Mudah**

Dalam proses produksi kue mengikuti tahap-tahap yang berlaku dan tidak terlewatkan sehingga sesuai dengan rincian yang ditetapkan, untuk waktu yang dibutuhkan dalam proses produksi berbeda-beda tergantung dari jenis kue yang dibuat.

4) **Menggunakan Alat Produksi Modern**

Penggunaan alat produksi yang modern sangat menunjang keberlangsungan dalam proses produksi kue sehingga mempermudah dan waktu yang diperlukan tidak lama. Pada toko kue Twincakes alat yang digunakan mixer, oven dan lainnya, dengan kemajuan teknologi saat ini sangat membantu siapapun dalam menjalankan aktivitas.

5) **Desain Dan Model Produk Yang Menarik**

Desain yang ditawarkan beragam mengikuti perkembangan zaman seperti desain yang kekinian, karakter kartun, Korean dan desain lainnya, di toko kue Twincakes juga menyesuaikan dengan permintaan desain yang diinginkan pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

6) Harga Yang Bervariasi

Penetapan harga salah satu faktor penentu suatu usaha karena dengan harga yang bervariasi mempermudah pelanggan dalam menentukan produk yang sesuai dengan budget yang dimiliki.

7) Memberikan Pelayanan Yang Terbaik

Pelayanan terbaik adalah hal yang paling penting dilakukan dalam melakukan usaha dengan memahami berbagai macam karakter pelanggan. Adapun pelayanan yang diberikan diawali dengan menyapa pelanggan dan menanyakan produk yang diinginkan, ramah dan sopan selama berinteraksi.

b. *Weakness* (Kelemahan)

1) Keterbatasan Modal

Permodalan menjadi salah satu kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha untuk memperluas usaha yang dijalankan, hal ini bisa dilakukan dengan melakukan pinjaman pada bank atau bekerjasama dengan pihak lain.

2) Kurangnya Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan salah satu hal utama yang harus ada dalam memproduksi suatu produk, dalam memproduksi kue tentunya sumber daya manusia harus diperhatikan untuk keberlangsungan usaha.

3) Volume Produksi Masih Kurang

Pelaku usaha dalam menghasilkan produk dalam jumlah yang banyak harus didukung oleh penggunaan alat produksi yang modern tetapi memiliki kelemahan apabila terjadi pemadaman listrik dan jika menggunakan alat tradisional memerlukan waktu yang lama sehingga dalam menyediakan stok kue masih terkendala dengan volume produksi yang masih kurang yang membuat pelanggan kecewa.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

4) Lahan Parkir Kurang Luas

Kebutuhan lahan parkir yang tidak terpenuhi dapat menimbulkan masalah lalu lintas disekitar tempat usaha, untuk itu lahan parkir perlu ditingkatkan lagi. Pada toko kue Twincakes lahan parkirnya tidak begitu luas jika banyak pelanggan datang diwaktu yang bersamaan.

5) Memiliki Kadaluarsa Yang Cepat

Kadaluarsa adalah lamanya sebuah produk dalam kondisi baik-baik saja dan bisa digunakan sesuai nilainya. Ketahanan kue sendiri tergantung pada suhu penyimpanan, dimana kue tersebut bisa bertahan selama 2-3 hari. Jika lewat dari masa itu tentunya akan mempengaruhi rasa dan kualitas produk tersebut.

c. *Opportunities* (Peluang)

1) Usaha Sejenis Masih Kurang

Peluang usaha kue di Sungai Gelam masih sedikit sehingga peluang yang cukup besar untuk dipasarkan, Karena usaha toko kue sejenis masih sangat kurang. Dengan kurangnya usaha sejenis sebenarnya mampu untuk berkembang dengan baik kedepannya dengan memperluas jaringan pemasaran produk.

2) Lokasi Usaha Strategis

Lokasi usaha merupakan tempat melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa, lokasi usaha hal yang perlu dipertimbangkan pemilihan lokasi yang tepat sehingga mudah dijangkau oleh pelanggan dalam membeli suatu produk.

3) Mengadakan Promo dan Diskon

Strategi promosi dan diskon didasarkan oleh kebutuhan bisnis, pembeli atau pelanggan pasti sangat menyukai ketika toko usaha mengadakan promo dan diskon terhadap produk yang



diinginkanya. Dampak positif dengan adanya promo dan diskon tentunya meningkatkan omzet penjualan pelaku usaha.

4) Menerapkan Sistem COD dan PO

COD adalah cara transaksi jual beli dimana pembayaran dilakukan secara tatap muka langsung ditempat yang telah disepakati antara penjual dan pembeli, sedangkan PO adalah bukti pemesanan barang yang ingin dibeli. Dengan adanya sistem ini dapat memudahkan pelanggan dalam melakukan pembelian tanpa datang langsung ke toko.

d. *Threat* (Ancaman)

1) Tingkat Persaingan Dengan Usaha Lain

Persaingan dalam usaha dengan usaha lainnya pada dasarnya terjadi di dunia wirausaha, baik persaingan dalam bentuk yang sama atau persaingan dengan cara pemasarannya yang dapat mengambil alih pelanggan.

2) Faktor Cuaca Dalam Proses Pengantaran

Faktor cuaca dalam proses pengantaran kue tentunya akan menjadi kendala yang dihadapi pemilik usaha kue, karena pada dasarnya jika cuaca hujan maka pengantaran kue akan ditunda dan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap sistem yang diberikan.

Dalam melakukan analisis SWOT, kita bisa menguraikan faktor-faktor internal dan eksternal ke dalam bagian-bagian pada uraian *Strength*, *Weakness*, *Opportunity* dan *Threat*. Adapun matriks SWOT dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Tabel 4.1
Matriks SWOT Toko Kue Twincakes

<p>Faktor-Faktor Internal <i>Internal Factor Analysis Summary (IFAS)</i></p> <p>Faktor-Faktor Eksternal <i>Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)</i></p>	<p>Strength/Kekuatan (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bahan baku yang digunakan berkualitas. - Bahan baku pembuatan kue mudah diperoleh. - Proses pembuatan relatif mudah. - Menggunakan alat produksi modern. - Desain dan model produk yang menarik. - Harga yang bervariasi. - Memberikan pelayanan yang terbaik. 	<p>Weakness/Kelemahan (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Keterbatasan modal. - Kurangnya SDM. - Volume produksi masih kurang. - Lahan parkir kurang luas. - Memiliki kadaluarsa yang cepat.
<p>Opportunities/Peluang (P)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Usaha sejenis masih kurang. - Lokasi usaha yang strategis. - Mengadakan promo dan diskon. - Menerapkan sistem PO dan COD. 	<p>Strategi S-O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan kerja sama. - Meningkatkan mutu bahan baku dan kemasan. - Melakukan penambahan variasi menu. - Mengadakan event promosi. 	<p>Strategi W-O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan SDM. - Memperluas jaringan pemasaran. - Meningkatkan sistem pelayanan PO dan COD untuk menarik pelanggan.
<p>Threat/Ancaman (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tingkat persaingan usaha sejenis. - Faktor cuaca dalam proses pengantaran. 	<p>Strategi S-T</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memanfaatkan kemajuan teknologi. - Meningkatkan kepercayaan pelanggan. - Menampilkan keunggulan produk. 	<p>Strategi W-T</p> <ul style="list-style-type: none"> - Meminimalkan persaingan usaha sejenis. - Melakukan pinjaman modal usaha pada bank.

(Sumber : Data diolah)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Diarangi mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



3. Kendala Yang Dihadapi Toko Kue Twincakes Melakukan Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan

a. Keterbatasan Modal

Dalam membuat suatu produk tentunya memerlukan modal yang cukup besar, dengan keterbatasan modal yang dimiliki pemilik toko kue Twincakes membuat pelaku usaha tersebut masih kurangnya modal dalam menghasilkan produk kue jadi. Maka dari itu perlu menjalin kerjasama dengan pihak lain untuk memberikan pinjaman atau modal agar pemilik usaha dapat terus melakukan pengembangan produk tersebut.

b. Persaingan Produk Sejenis

Persaingan dalam dunia bisnis menjadi hal yang wajar dalam membuat suatu produk, persaingan produk sejenis baik dari segi desain atau model, *topping*, rasa, ukuran, kemasan. Hal ini menjadi salah satu kendala dalam pemasaran.

Para pelaku usaha toko kue di Sungai Gelam berlomba-lomba dalam bersaing untuk menunjukkan produk terbaik dari mereka. Hal tersebut disebabkan oleh kurangnya keterampilan dan kemampuan yang menyebabkan munculnya persaingan dengan membanding-bandingkan produk antar sesama toko kue.

c. Volume Produksi Masih Kurang

Pelaku usaha yang akan menghasilkan banyak produk berbagai macam jenis kue dalam waktu yang cepat bisa dilakukan dengan penggunaan teknologi yang modern seperti mixer dan oven dalam proses produksi divisi produksi memiliki peranan penting.

Namun penggunaan teknologi modern tersebut memiliki kendala apabila lampu mati, untuk itu pelaku usaha haruslah membuat alternatif lain dengan menggunakan alat manual seperti pengocok adonan, spatula

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

dalam proses produksi kue, namun jika menggunakan alat manual membutuhkan waktu yang sangat lama.

d. Kurangnya Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan salah satu hal utama yang harus ada dalam memproduksi suatu produk, dengan berkembangnya zaman menuntut pelaku usaha dalam menciptakan ide-ide baru. Dalam proses produksi memerlukan waktu yang cukup lama mulai dari proses pembuatan kue hingga mendesain produk yang kemudian diletakkan pada etalase yang dapat dilihat oleh pelanggan, agar lebih efektif dalam memproduksi kue tentunya SDM harus diperhatikan. Walaupun pelanggan hanya ingin membeli produk yang telah jadi, tetapi sebagai pelaku usaha juga harus mendengarkan dan melihat masukkan ide-ide dari seorang pelanggan karena itu suatu bagian dari pengembeangan ide yang akan pelaku usaha ciptakan, selain dari ide-ide dari pemilik usaha dan karyawan, pengembangan ide melalui pola pikir pelanggan sehingga kedepannya produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang sesuai dengan selera pelanggan.

e. Lahan Parkir Kurang Luas

Fasilitas parkir adalah lokasi yang ditentukan sebagai tempat pemberhentian kendaraan dalam kurun waktu tertentu, kebutuhan lahan parkir yang tidak terpenuhi dapat menimbulkan masalah lalu lintas disekitar tempat usaha, untuk lahan parkir kedepannya perlu ditingkatkan lagi agar pelanggan lebih nyaman dan aman dalam melakukan pembelian sehingga tidak menimbulkan kemacetan di dekat usaha ini.

f. Memiliki Kadaluarsa Yang Cepat

Kadaluarsa adalah lamanya sebuah produk dalam kondisi baik dan bisa digunakan sesuai nilainya, untuk ketahanan kue itu tergantung dari suhu penyimpanannya. Untuk itu pelaku usaha harus mengecek kembali produk



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

yang akan dijual kepada pelanggan dan membutuhkan ketelitian yang tinggi.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, menuntut pelaku-pelaku usaha untuk mendesain dan memodifikasi kembali produk dari toko kue, karena dalam dunia bisnis terutama bisnis pada kue di Kecamatan Sungai Gelam Kabupaten Muaro Jambi akan semakin banyak menghadapi tantangan karena pelanggan lebih memandang produk yang baru dan berkualitas yang tinggi. Tantangan yang harus dihadapi pelaku usaha kue yang ada di Kecamatan Sungai Gelam Kabupaten Muaro Jambi yaitu menuntut pihak-pihak pelaku usaha dalam memperluas jaringan pemasaran sehingga omzet penjualan akan meningkat yang mampu bersaing dengan pelaku usaha sejenisnya.

Menurut Granroos Tjiptono, tujuan dari pemasaran untuk mengembang dan menjalin hubungan dengan pelanggan untuk jangka waktu yang panjang sehingga masing-masing pihak dapat terpenuhi. selain itu ada beberapa tujuan dari pemasaran yaitu : menyampaikan informasi (promosi) , menawarkan produk dengan tujuan menarik pelanggan agar membeli produk tersebut, menciptakan pembelian dan menciptakan pembelian ulang, serta menciptakan tenaga kerja secara tidak langsung.⁸²

1. Strategi Pemasaran Yang Diterapkan Oleh Toko Kue Twincakes

Ada 7 strategi pemasaran yang diterapkan oleh toko kue Twincakes dalam meningkatkan omzet penjualan, yaitu :⁸³

a. Strategi *Product* (Produk)

Strategi produk adalah suatu perencanaan teknis dalam mengidentifikasi tiap-tiap tujuan dan produk yang akan dijual berdasarkan visi perusahaan. Strategi produk membantu perusahaan menghubungkan

⁸² Cut Isnawati, "Penerapan Strategi Promotion Mix Monas Laundry", *Skripsi, Universitas Internasional Batam*, 2020, 6.

⁸³ Tengku Firlis Musfar, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran*, (CV. Media Sains Indonesia), 12.



antara visi perusahaan dengan metode-metode yang digunakan untuk mengimplementasikannya.

Produk adalah barang yang dibuat atau diproduksi untuk memenuhi kebutuhan sekelompok orang tertentu. Produk ini berwujud atau tidak berwujud karena bisa dalam bentuk barang atau jasa.

Strategi produk yang ditetapkan oleh toko kue Twincakes adalah menggunakan bahan baku dalam pembuatan kue yang berkualitas dan memiliki varian produk yang beragam.

b. Strategi *Price* (Harga)

Strategi harga adalah metode yang digunakan oleh perusahaan dalam menentukan harga produk maupun layanan yang ditawarkan. Harga merupakan komponen pemasaran yang dapat menentukan pendapatan dari suatu perusahaan, sebab penentuan harga yang tepat akan membuat permintaan menjadi optimal dari pihak rekan bisnis maupun pelanggan.

Strategi Harga yang ditentukan toko kue Twincakes adalah dengan menghitung biaya produksi yang dikeluarkan selama proses produksi, sehingga baru bisa menentukan harga. Harga yang ditawarkan bervariasi mulai dari harga seribu sampai ratusan.

c. Strategi *Place* (Tempat)

Strategi tempat adalah suatu strategi yang dilakukan oleh perusahaan dengan cara memaksimalkan penggunaan lokasi. Lokasi yang strategis adalah tempat yang mudah dijangkau oleh pelanggan dalam melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk.

Strategi tempat lokasi strategis jalan yang banyak dilalui oleh masyarakat sehingga dapat dijangkau, dikarenakan lokasinya dekat dengan perbatasan antara Kota Jambi dan Muaro Jambi.

d. Strategi *Promotion* (Promosi)

Strategi promosi adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan dalam bentuk manajemen perusahaan. Promosi adalah segala upaya terencana





yang dilakukan oleh sebuah bisnis dalam memasarkan suatu produk agar produk tersebut diminati oleh pelanggan.

Strategi promosi dan diskon biasanya diberikan pada hari jum'at dan minggu dan pada hari-hari tertentu lainnya seperti hari guru, hari ibu, hari kemerdekaan, hari sumpah pemuda.

e. Strategi *Physical Evidance* (Bukti Fisik)

Strategi bukti fisik adalah suatu bentuk bukti fisik yang mendukung kegiatan di dalam suatu bisnis. Bukti fisik adalah semua yang berbentuk peralatan atau perangkat yang digunakan untuk mendukung kegiatan suatu bisnis.

Strategi bukti fisik menggunakan alat produksi yang modern dan menyediakan stok kue di etalase yang memudahkan pelanggan untuk memilih produk secara langsung dengan melihat produk tersebut.

f. Strategi *People* (Partisipan)

Strategi partisipan adalah orang-orang yang mengerjakan semua kegiatan mendeliever produk sampai ke tangan pelanggan. Orang yang melakukan kegiatan ini harus memiliki semangat.

Strategi partisipan dalam menjalankan usaha ini antara owner dan karyawan saling bekerja sama dalam menghasilkan produk, toko kue Twincakes menerapkan sisitem PO dan COD yang memudahkan pelanggan dalam melakukan pembelian produk jika tidak bisa datang langsung ke toko.

g. Strategi *Process* (Proses)

Strategi proses adalah proses menggambarkan serangkaian tindakan yang terlibat dalam memberikan produk atau layanan sampai ke tangan pelanggan.

Strategi proses pembuatan kue menggunakan alat produksi yang modern sehingga pelayanan yang diberikan sangat cepat dan memberikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

pelayanan yang terbaik kepada pelanggan sehingga pelanggan melakukan pembelian produk kembali pada toko kue Twincakes.

2. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Menggunakan Analisis SWOT Pada Toko Kue Twincakes

Berikut ini strategi pemasaran dari hasil penelitian analisis matriks SWOT pada toko kue Twincakes, yaitu :

a. Strategi S-O (*Strengths Opportunities*)

Strategi SO adalah strategi yang muncul dari pemetaan *strength* (kekuatan) dan *opportunity* (peluang). Dengan strategi ini, anda dapat berusaha untuk memilih keuntungan dengan jalan menggunakan kekuatan yang anda miliki sekaligus dengan memanfaatkan peluang yang ada.⁸⁴ Perusahaan harus bisa menilai sendiri mana kekuatan yang dapat dimanfaatkan guna merebut dan memanfaatkan peluang sebesar mungkin.

1) Meningkatkan Kerjasama

Kerjasama adalah kegiatan yang dilakukan oleh beberapa orang atau kelompok untuk mencapai tujuan bersama. Dengan menjalin kerjasama akan terjadi interaksi antar pemilik, antar karyawan dan antar pelanggan yang dapat menciptakan efisiensi dan efektifitas pemasaran yang lebih baik. Dengan begitu hendaknya pelaku usaha menjalin kerjasama dengan pihak lain agar dapat meningkatkan omzet penjualan.

2) Meningkatkan Mutu Bahan Baku Dan Kemasan

Mutu bahan baku adalah kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut yang bernilai lainnya.

Apabila pelanggan merasa puas, maka mereka akan menunjukkan besar kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama.

⁸⁴ Hasna Wijayati, *Panduan Analisis SWOT Untuk Kesuksesan Bisnis* (Yogyakarta: Quadrant),



Sedangkan kemasan adalah tempat atau wadah yang digunakan untuk membungkus atau mengemas produk sehingga dapat meningkatkan nilai serta fungsi produk seperti untuk melindungi dan mengawetkan produk, sebagai identitas produk serta untuk memberikan nilai tambah terhadap produk tersebut.

Dalam memproduksi menggunakan bahan baku yang berkualitas akan menjadi nilai tambah terhadap produk yang dipasarkan atau ditawarkan kepada pelanggan, pengemasan produk unik dan lucu akan menarik perhatian pelanggan dalam membeli produk.

3) Melakukan Penambahan Variasi Menu

Variasi menu adalah pilihan yang memungkinkan pelanggan untuk menyesuaikan menu yang dipesan sesuai dengan yang diinginkan. misalnya pilihan rasa, ukuran, kombinasi dari bahan yang disediakan, *topping*, dan lain-lain. Dengan begitu penambahan variasi menu perlu dilakukan untuk keberlangsungan usaha, hal ini bisa dilakukan dengan menciptakan model atau desain yang berbeda dari yang lainnya dan memiliki ciri khas produk tersendiri, pelanggan sangat menyukai suatu produk yang baru dan yang sedang viral karena dipengaruhi oleh perkembangan zaman yang semakin maju untuk itu pelaku usaha harus bisa mengikuti perkembangan zaman.

4) Mengadakan *Event*

Event marketing adalah suatu bentuk strategi pemasaran yang diwujudkan melalui penyelenggaraan sebuah acara dengan tujuan memperkenalkan produk kepada publik. Hal ini bisa dengan membuat acara *grand opening* dan mengikuti bazar yang diselenggarakan oleh pemerintah, dengan adanya acara ini pelanggan dapat melihat secara langsung produk yang ditawarkan, merasakan dan mendengarkan yang berkaitan dengan produk tersebut.

b. Strategi W-O (*Weaknesses Opportunities*)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Strategi WO adalah strategi yang menuntut anda untuk mampu memanfaatkan peluang dengan jalan menghilangkan kelmahan-kelemahan yang dimiliki. Pada matriks SWOT, kita dapat melihat dengan jelas daftar berbagai bentuk kelemahan dan peluang yang telah diidentifikasi dari pengamatan dan penelitian. Strategi WO diterapkan dengan landasan pemanfaatan peluang dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.⁸⁵

1) Meningkatkan Sumber Daya Manusia

Pengembangan sumber daya manusia suatu aktivitas yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan keterampilan sumber daya manusia yang berfungsi agar sumber daya manusia tersebut semakin produktivitas dalam bekerja yang bertujuan menciptakan perubahan positif bagi karyawan. Hal ini dapat diterapkan pada bagi pelaku usaha dengan menambah jumlah karyawan sehingga proses produksi dapat berjalan optimal, memberikan apresiasi kepada karyawan agar termotivasi bekerja lebih rajin dan baik.

2) Memperluas Jaringan Pemasaran

Jaringan pemasaran dilakukan secara pribadi atau langsung dengan kata lain penjualan langsung kepada pelanggan. Pemasaran bisa memanfaatkan media sosial dalam memasarkan suatu produk seperti yang diterapkan pada toko kue Twincakes pemasaran dilakukan melalui whatsapp, instagram, grabfood. Hal ini perlu ditingkatkan lagi kedepannya dengan memperluas pemasaran dengan shoopepay, gofood, maximfood, dan selebriti endors.

3) Meningkatkan Sistem Pelayanan PO dan COD

PO singkatan dari *purchase order* yang berisi informasi mengenai jumlah dan jenis produk yang dipesan oleh pelanggan, lokasi

⁸⁵ *Ibid.*,21.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

pengiriman, tanggal pengiriman, alamat yang dituju, dan ketentuan pembayaran. Jadi, PO adalah bukti pemesanan produk dari penjual kepada pelanggan. COD singkatan dari *collect on delivery* merupakan jenis transaksi dimana penerima barang membayar barang yang dipesannya saat kiriman sampai, ketimbang membayarnya di awal.

Dengan adanya sistem pelayanan ini memudahkan pelanggan dalam melakukan proses pembelian produk apabila pelanggan tidak bisa datang langsung ke toko yang mana membuat pelaku usaha memiliki kelebihan dibandingkan pesaing karena tidak semua pelaku usaha menerapkan sistem tersebut.

c. Strategi S-T (*Strengths Threats*)

Strategi ST adalah strategi yang mengharuskan anda untuk membentuk strategi yang mampu mengerahkan kekuatan untuk menghindari perusahaan dari ancaman yang ada. Strategi dibuat berdasarkan pada perusahaan tentang bagaimana untuk memanfaatkan kekuatan yang dimiliki demi mengatasi ancaman.⁸⁶

1) Memanfaatkan Kemajuan Teknologi

Teknologi mampu mempermudah proses, mempersingkat waktu, dan mengurangi biaya yang dibutuhkan untuk menyelesaikan pekerjaan. Pelaku usaha tidak kecapekan dalam melakukan pemasaran produk, dengan begitu pemasaran bisa dilakukan dari mana saja dan kapan pun tanpa menyita waktu sehingga pemasaran lebih fleksibel untuk dilakukan dengan memanfaatkan media sosial.

2) Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan

Kepercayaan pelanggan adalah semua pengetahuan yang dimiliki pelanggan dan semua kesimpulan yang dibuat pelanggan tentang

⁸⁶ *Ibid*,.22.

objek, atribut dan manfaatnya. Kepercayaan dipandang sebagai unsur mendasar bagi keberhasilan suatu hubungan. Hal yang bisa dilakukan dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan dengan menciptakan sistem transaksi yang aman dan terpercaya, memberikan pelayanan maksimal kepada pelanggan, menjalin komunikasi secara berkala dengan pelanggan, menggunakan konsep promosi dan diskon yang sesuai dengan target pasar, memberikan perhatian khusus dan pesan pribadi kepada pelanggan.

3) Menampilkan Keunggulan Produk

Keunggulan produk menjadi salah satu terpenting dalam usaha yang menjadikan produk tersebut memiliki kelebihan dan nilai dimata pelanggan sehingga mendorong mereka untuk membeli produk tersebut. Pada usaha toko kue Twincakes memiliki harga yang bervariasi, memiliki varian produk yang dapat disesuaikan dengan permintaan pelanggan, dan memiliki keunikan tersendiri sehingga tidak mudah untuk ditiru pesaing.

d. Strategi W-T (*Weaknesses Threats*)

Strategi WT adalah strategi yang mampu dilakukan guna mengendalikan ancaman yang ada dengan jalan meminimalkan kelemahan-kelemahan. Ancaman ini jelas dapat mempengaruhi pencapaian tujuan perusahaan. Oleh karena itu, cobalah mencari jalan terbaik dalam menghindari ancaman tersebut, sekaligus dengan meminimalkan ancaman. Strategi WT dibuat dengan berdasarkan pada kegiatan perusahaan yang sifatnya defensif dengan berusaha meminimalkan kelemahan yang dimiliki perusahaan serta menghindari ancaman yang ada.⁸⁷

⁸⁷ *Ibid.*,





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

1) Meminimalkan Persaingan Usaha Sejenis

Persaingan dalam dunia bisnis menjadi hal yang wajar dalam membuat suatu produk, persaingan produk sejenis kue dari segi desain atau model, *topping*, rasa, kemasan dan ukuran. Persaingan bisnis harus dilakukan dengan cara yang sehat, tapi persaingan usaha tidak bisa disepelekan. Dengan adanya persaingan usaha sejenis membuat pelaku usaha meminalisir hal tersebut dengan menjangkau target pemasaran pada semua kalangan.

2) Melakukan Pinjaman Modal Usaha Pada Bank

Pinjaman modal menjadi salah satu alternatif agar pelaku usaha bisa segera menjalankan bisnis, pinjaman modal juga bisa menjadi jawaban, karena usaha untuk mencari investor atau pemilik modal mudah. Dengan begitu dapat membantu pelaku usaha dalam melakukan inovasi dan mengembangkan usaha yang telah dijalankan.

3. Kendala Yang Dihadapi Toko Kue Twincakes Melakukan Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan

a. Keterbatasan Modal

Menurut Syam modal adalah suatu hak yang tersisa atas aktivitas suatu lembaga atau perusahaan setelah dikurangi kewajibannya.⁸⁸ Dalam membuat suatu produk tentunya memerlukan modal yang cukup besar, dengan keterbatasan modal yang dimiliki pemilik toko kue Twincakes membuat pelaku usaha tersebut masih kurangnya modal dalam menghasilkan produk. Maka dari itu perlu menjalin kerjasama dengan pihak lain untuk memberikan pinjaman atau modal agar pemilik usaha dapat terus melakukan pengembangan produknya. Pemilik toko kue

⁸⁸ Raynaldo Fabian Karel Posumah, Joy Elly Tulung, and Shinta J.C. Wangke, "Analisis Pengaruh Rasio Permodalan, Kualitas Piutang, Likuiditas Dan Rasio Gearing Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Pembiayaan Periode 2017-2020" Vol. 10 No.3 Juli 2022 (Jurnal EMBA): 1018.



Twincakes menyampaikan bahwa keterbatasan modal menjadi salah satu kendala yang dihadapi.

b. Persaingan Produk Sejenis

Menurut Mc. Charty produk adalah segala sesuatu yang dapat memenuhi apa yang pelanggan butuhkan atau inginkan.⁸⁹ Persaingan dalam dunia bisnis menjadi hal yang wajar dalam membuat suatu produk, persaingan produk sejenis baik dari segi desain atau model, *topping*, rasa, ukuran, kemasan. Hal ini menjadi salah satu kendala yang dihadapi dalam pemasaran. Para pelaku usaha toko kue di Sungai Gelam berlomba-lomba dalam bersaing untuk menunjukkan produk terbaik dari mereka. Hal tersebut disebabkan oleh kurangnya keterampilan dan kemampuan yang menyebabkan munculnya persaingan dengan membanding-bandingkan produk antar sesama toko kue.

c. Volume Produksi Masih Kurang

Menurut Fandy Tjiptono volume produksi adalah jumlah *output* total yang dihasilkan dari suatu proses produksi.⁹⁰ Pelaku usaha yang akan menghasilkan banyak produk berbagai macam jenis kue dalam waktu yang cepat menggunakan teknologi yang modern seperti mixer dan oven dalam proses produksi divisi produksi memiliki peranan penting. Namun penggunaan teknologi modern memiliki kendala apabila lampu mati, untuk itu pelaku usaha harus membuat alternatif lain dengan menggunakan alat manual seperti pengocok adonan, spatula dalam proses produksi kue, namun jika menggunakan alat manual membutuhkan waktu yang sangat lama dalam membuat kue. Dengan volume produksi toko kue Twincakes masih kurang menyebabkan pelanggan sedikit kecewa karena kue yang mereka cari habis.

⁸⁹ Muhammad Mursid, *Manajemen Pemasaran*, 2014, 25.

⁹⁰ Rani Rahman, *Op.Cit*, 406-407.



d. Kurangnya Sumber Daya Manusia

Menurut Veithzal Rivai sumber daya manusia adalah seorang yang mau dan mampu memberi sumbangan usaha pencapaian tujuan organisasi.⁹¹ Sumber daya manusia merupakan salah satu hal utama yang harus ada dalam perusahaan atau bisnis dalam memproduksi suatu produk, dengan berkembangnya zaman menuntut pelaku usaha untuk menciptakan ide-ide baru. Dalam proses produksi memerlukan waktu yang cukup lama mulai dari proses pembuatan kue hingga mendesain kue yang kemudian diletakkan pada etalase sehingga dapat dilihat oleh pelanggan, agar lebih efektif dalam memproduksi kue tentunya sumber daya manusia harus diperhatikan.

e. Lahan Parkir Kurang Luas

Menurut Direktur Jendral Perhubungan Darat parkir adalah keadaan tidak bergerak suatu kendaraan yang bersifat sementara.⁹² Kebutuhan lahan parkir yang tidak terpenuhi akan menimbulkan kemacetan di sekitar tempat usaha, untuk itu kedepannya lahan parkir perlu ditingkatkan lagi agar pelanggan lebih nyaman dan aman dalam melakukan pembelian produk pada toko kue Twincakes. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti dilapangan lahan parkir yang dimiliki cukup luas, jika pelanggan datang silih berganti. Namun bila pelanggan beramai-ramai datang toko tidaklah cukup yang mana terkadang pelanggan memarkirkan kendaraannya di sekitar toko sebelahnya sehingga menimbulkan ketidaknyamanan bagi pemilik toko tersebut.

⁹¹ Veithzal Rivai, *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), 6.

⁹² Dewi Bussaina Ghassani, Ermayana Megawati, and Muhammad Bagus Setiawan, "Analisis Kebutuhan Penataan Lahan Parkir Di Pagedon Kabupaten Kendal," *Jurnal Universitas Selamat Sri*, 22.

f. Memiliki Kadaluarsa Yang Cepat

Kadaluarsa adalah lamanya sebuah produk dalam kondisi baik dan bisa digunakan sesuai nilainya. Ketahanan kue tergantung dari suhu penyimpanan untuk kue basah hanya dapat bertahan 2-3 hari sedangkan untuk kue kering dapat bertahan hingga 1 bulan. Pemilik toko kue Twincakes harus mengecek dan memastikan kembali produk yang akan dijual kepada pelanggan serta membutuhkan ketelitian yang tinggi.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pihak informan dapat ditarik kesimpulan, bahwa :

1. Strategi pemasaran yang diterapkan toko kue Twinacakes adalah sebagai berikut :
 - a. Strategi *product* (produk) yaitu menggunakan bahan baku dalam pembuatan kue yang berkualitas dan memiliki varian produk yang beragam.
 - b. Strategi *price* (harga) yaitu dengan menghitung biaya produksi yang dikeluarkan selama proses produksi, sehingga bisa menentukan harga.
 - c. Strategi *place* (tempat) yaitu lokasi toko kue Twincakes strategis jalan yang banyak dilalui oleh masyarakat sehingga mudah dijangkau, dikarenakan dekat dengan perbatasan antara Kota Jambi dan Muaro Jambi.
 - d. Strategi *promotion* (promosi) yaitu promosi dan diskon diberikan kepada pelanggan pada hari jum'at, hari minggu dan pada hari-hari tertentu lainnya seperti hari guru, hari ibu, hari kemerdekaan, hari sumpah pemuda, hari idul fitri dan idul adha.
 - e. Strategi *physical evidence* (bukti fisik) yaitu dengan menyediakan stok kue pada etalase yang memudahkan pelanggan dalam memilih produk secara langsung dengan melihat produk tersebut dan desain serta model yang ditawarkan sesuai dengan yang ada pada brosur.
 - f. Strategi *people* (partisipan) yaitu menjalankan usaha ini antara pemilik dan karyawan bekerja sama dalam membuat produk dan pelanggan diberikan kemudahan dalam melakukan pembelian produk dengan sistem COD dan PO.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

- g. Strategi *process* (proses) yaitu pembuatan kue menggunakan alat produksi yang modern sehingga dalam melakukan proses pembelian tidak membutuhkan waktu yang lama dan memberikan pelayanan yang cepat serta pelayanan yang terbaik.
2. Berdasarkan analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, dan threath*) pada usaha toko kue Twincakes adalah sebagai berikut :
 - a. *Strengths* (kekuatan) yaitu bahan baku yang digunakan berkualitas, bahan baku pembuatan kue mudah diperoleh, proses pembuatan relatif mudah, menggunakan alat produksi modern, desain dan model produk yang menarik, harga bervariasi dan memberikan pelayanan yang terbaik.
 - b. *Weaknesses* (kelemahan) yaitu keterbatasan modal, kurangnya sumber daya manusia, volume produksi masih kurang, lahan parkir kurang luas dan memiliki kadaluarsa yang cepat.
 - c. *Opportunities* (peluang) yaitu usaha sejenis masih kurang, lokasi usaha strategis, mengadakan promosi dan diskon dan menerapkan sistem PO dan COD.
 - d. *Threath* (ancaman) yaitu tingkat persaingan dengan usaha lain dan faktor cuaca dalam proses pengantaran.
3. Kendala yang dihadapi toko kue Twincakes melakukan pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan adalah sebagai berikut :
 - a. Keterbatasan modal.
 - b. Persaingan produk sejenis.
 - c. Volume produksi masih kurang.
 - d. Kurangnya sumber daya manusia.
 - e. Lahan parkir kurang luas.
 - f. Memiliki kadaluarsa yang cepat.



B. Implikasi

Dalam penelitian ini telah menunjukkan bahwa strategi pemasaran pada produk sangat berpengaruh terhadap omzet penjualan. Hasil penelitian ini memberikan beberapa implikasi bagi pelaku usaha toko kue Twincakes, antara lain :

1. Implikasi terhadap pelaku usaha pemilik toko kue untuk menentukan strategi pemasaran yang digunakan dalam meningkatkan omzet penjualan.
2. Implikasi bagi pemilik toko kue terhadap melihat dan mengamati karakteristik pelanggan yang mempunyai ide yang berbeda-beda.
3. Pentingnya bagi pemilik toko kue dalam berperan dan merumuskan untuk meningkatkan jaringan pemasaran yang lebih luas sehingga dapat meningkatkan omzet penjualan terhadap suatu produk.
4. Pentingnya bagi pemilik toko kue dalam memasarkan produk dengan media sosial yang lebih luas lagi agar produk tersebut dikenal lebih luas sehingga pelanggan dan omzet penjualan meningkat.

Dengan adanya penelitian ini berdampak pada pihak informan yang mana kedepannya memungkinkan pihak pelaku usaha toko kue tersebut akan melakukan peningkatan pemasaran terhadap produk yang lebih luas lagi, karyawan lebih giat lagi dalam bekerja dan pelanggan lebih loyal dalam melakukan pembelian produk atas kualitas yang telah diberikan.

C. Saran

Setelah melakukan hasil penelitian secara keseluruhan pada pemilik usaha toko kue Twincakes yang ada di Air Hitam, Kecamatan Sungai Gelam, Kabupaten Muaro Jambi melalui tahap observasi, menganalisis dari hasil wawancara yang didapat dari pihak informan, maka penulis dapat memberikan saran terkait dari hasil penelitian ini, sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

1. Pemilik toko kue Twincakes harus mampu meningkatkan jangkauan jaringan pemasaran yang lebih luas lagi, agar produk tersebut dikenal masyarakat luas.
2. Saling memberi motivasi dan arahan kepada karyawan guna membangun semangat kerja dalam hal melakukan peningkatan produksi produk sehingga kinerja toko kue yang dijalankan tetap maksimal.
3. Mampu mempromosikan jenis-jenis produk terbaru yang dihasilkan baik dari media sosial, *mouth to mouth* dan *face to face*. Sehingga mempermudah pelanggan dalam mengetahui dan mempercepat proses penjualan kue tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an :

Agama RI, Departemen. *Al-Qur'an Tarjamahan*. Bandung: PT. Alma'arif, 1987.

Buku :

Assauri, Sofian. *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep Dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2011.

Edi, Rosi Fandi Sarwo. *Teori Wawancara Psikodiagnostik*. Yogyakarta: PT. Lautika Nouvalitera, 2006.

Fachruddin, Fuad. *Agama Dan Pendidikan Demokrasi Pengalaman Muhammadiyah Dan Nahdlatul Ulama*. Jakarta: Pustaka Alvabet dan Yayasan INSEP, 2006.

Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.

Mursid, Muhammad. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara, 2003.

Mursid, Muhammad. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.

Musfar Tengku Firli, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran*, (CV. Media Sains Indonesia).

Oktarini, Riri. *Buku Ajar Strategi Pemasaran*. Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2022.

Rangkuti, Freddy.op.cit.

Rahman, Rani. *Op.Cit.*,

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D I*. Bandung: Alfabeta CV, 2016.

Suhasmi, Arikunto. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.

Suharimi, Arikunto. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2005.

Supardi. *Metodologi Ekonomi Dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press, 2005.

Rivai, Veithzal. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,2004).

Jurnal :

Ferantika, Ayu, Meisak, Laura Prasasti, dan Masgi. "Penentuan Alternatif Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Analisis SWOT Melalui Faktor Internal Dan Faktor Eksternal Pada Peningkatan Pendapatan UMKM KUBE." *Jurnal, Akutansi Dan Manajemen, Universitas Dinamika Bangsa Jambi*, 2022, 25-35.

Fitriani, Qonita Alfia dan Susi Hariyati. "Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Lawu Adventure Di Sidoarjo," 2019,80-91.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jember

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jember

Ghassani, Dewi Bussaina, Ermayana Megawati dan Muhammad Bagus Setiawan, “Analisis Kebutuhan Penataan Lahan Parkir di Pegandon Kabupaten Kendal”, *Jurnal, Universitas Selamat Sri*, 2019, 22.

Hulu Budi Yohanes Dakhi, and Erasma F. Zalogo. “Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada UD. Mitra Kecamatan Amandraya.” *Jurnal, Riset Manajemen Dan Bisnis*, 2021, 16-25.

Murti Annisa. “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Toko Duo Sister Hijab Kota Bengkulu.” *Jurnal, Universitas Muhammadiyah Bengkulu*, 2020, 1-16.

Nur Rizki Wahid. “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Rumah Makan Pelangi Kabupaten Wakatobi Menurut Perspektif Ekonomi Syariah.” *Jurnal, Ilmu Ekonomi Islam, IAIN Kebumen*, 2022, 92-110.

Posumah, Raynaldo Fabian Karel, Joy Elly Tulung dan Shinta J.C. Wangke, “Analisis Pengaruh Rasio Permodalan, Kualitas Piutang, Likuiditas dan Rasio Gearing Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Pembiayaan Periode 2017-2020”, *Jurnal, EMBA Vol. 10 No. 3 Juli 2022*, 1018.

Sari Windya, Basuki, and Prihatini Ade Mayyita. “Kebijakan Strategi Pemasaran Untuk Mencapai Omset Penjualan Pada PT. Antarmitra Sembada Cabang Banjarmasin Melalui Pendekatan Analisis SWOT.” *Jurnal, Universitas Islam Kalimantan*, 2021, 1-13.

Nengsih Titin Agustin, Bella Arisha, and Yuliana Safitri. “Statistik Deskriptif Dengan Program R.” *PT. Sonpedia Publishing Indonesia* Desember 2022, 16.

Yusuf Muhammad Maksudi. “Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Omzet Penjualan Produk Pakaian Pada UMKM Inoy Daily Wear Di Tasikmalaya,” Jakarta 2020, 94-101.

Skripsi/Tesis/Disertasi :

Samsul Aldayani. “Impementasi Nilai-Nilai Islam Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan (Studi Pada Toko Sinar Terang Hijab Watampone).” *Skripsi, Institut Agama Islam Negeri*, 2020.

Isnawati Cut. “Penerapan Strategi Promotion Mix Monas Laundry.” *Skripsi, Universitas Internasional Batam*, 2020.

Imawan Haris. “Analisis Strategi Pemasaran Syariah Dalam Penjualan Produk Bersaing Di Toko Saudi Store Batoh.” *Skripsi, UIN Ar-Raniry*, 2019.

Ulyah, Nadrotul. “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada PT. Bhirawa Steel.” *Skripsi, STIE Perbanas Surabaya*, 2016.

Nurfitriya, Nissa Retno Hidayati. “Analisis Perbedaan Omzet Penjualan Berdasarkan Jenis Hajatan Dan Waktu (Studi Pada Catering Sonokembang Semarang)”.

Yusuf Muhammad Maksudi. “Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Omzet Penjualan Produk Pakaian Pada UMKM Inoy Daily Wear Di Tasikmalaya,” Jakarta 2020.



Sumber Lisan :

- Augustila Salsa, “Wawancara Pemilik Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 23, 2023.
Augusti Salsa Yola, “Wawancara Pemilik Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 26, 2023.
Indri Yenny Yani, “Wawancara Pelanggan Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 18, 2023.
Putri Melawati, “Wawancara Pelanggan Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 24, 2023.
Safitri Mirna, “Wawancara Karyawan Toko Kue Twincakes”, Direct, Maret 23, 2023.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

RANCANGAN DAFTAR WAWANCARA OBSERVASI

A. Strategi Pemasaran

No	Indikator	Pertanyaan
1.	<i>Product</i> (produk)	a. Bagaimana cara anda mendesain model produk kue agar lebih menarik ? b. Apa saja jenis produk yang ditawarkan ?
2.	<i>Price</i> (Harga)	a. Apakah harga yang diberikan sudah sesuai dengan produk yang ditawarkan ? b. Apakah terdapat pilihan harga terhadap produk yang ditawarkan dapat menyesuaikan dengan uang yang dimiliki oleh pelanggan ?
3.	<i>Place</i> (Tempat)	a. Apakah lokasi usaha ini sudah strategis ? b. Darimana anda mengetahui usaha ini menjual kue ?
4.	<i>Promotion</i> (Promosi)	a. Apakah dengan adanya promosi dan diskon dapat meningkatkan omzet penjualan ? b. Apakah promosi dan diskon ini dapat mempengaruhi pelanggan dalam membeli produk yang ditawarkan ?
5.	<i>Physical Evidance</i> (Bukti Fisik)	a. Apakah dengan menyediakan produk di toko dapat menambah rasa puas pelanggan ? b. Siapa yang bertanggung jawab dalam penataan produk di toko ?
6.	<i>People</i>	a. Bagaimana cara anda memasarkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

	(Partisipan)	produk dalam usaha yang dijalankan ? b. Bagaimana cara anda mendistribusikan produk kepada pelanggan ? c. Apakah dalam memproduksi kue dibutuhkan ketelitian yang tinggi ?
7.	<i>Process</i> (Proses)	a. Apakah dalam melakukan proses produksi sudah sesuai dengan prosedur yang ditetapkan ? b. Kapan anda memulai usaha ini ? c. Berapa lama waktu yang dibutuhkan dalam proses pembuatan produk ?

B. Omzet Penjualan

No	Indikator	Pertanyaan
1.	Harga Jual	a. Apakah harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan kualitas produk yang dijual ? b. Bagaimana strategi yang anda lakukan dalam menetapkan harga jual ?
2.	Produk	a. Bagaimana cara anda mendesain model produk kue agar lebih menarik ? b. Apakah terdapat ciri khas pada produk yang ditawarkan ?

C. Analisis SWOT

No.	Indikator	Pertanyaan
1.	<i>Strengths</i> (kekuatan)	<ul style="list-style-type: none"> a. Apakah pelayanan yang diberikan membuat pelanggan puas ? b. Apa saja kekuatan dari toko kue ini dibandingkan dengan pesaing ? c. Apakah dalam memasarkan produk sudah mencapai target yang telah ditentukan ? d. Apakah usaha ini memiliki harga yang bervariasi?
2.	<i>Weakness</i> (kelemahan)	<ul style="list-style-type: none"> a. Apakah toko kue ini memiliki lahan parkir yang luas ? b. Apakah dengan keterbatasan dalam menyediakan stok kue membuat pelanggan kecewa ? c. Apa dengan menerapkan diskon 2 kali dalam seminggu sudah cukup ? d. Apa saja kelemahan dari toko kue ini ?
3.	<i>Opportunities</i> (peluang)	<ul style="list-style-type: none"> a. Apakah kehadiran usaha ini dapat memudahkan pelanggan dalam mencari kue ? b. Apakah terdapat produk yang paling diminati oleh pelanggan ? c. Apa yang membuat usaha ini dapat bertahan hingga saat ini ? d. Apa kesan yang tertanam di pelanggan tentang usaha ini ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



4.	<i>Threat</i> (ancaman)	<ul style="list-style-type: none">a. Apakah terdapat ancaman yang dapat menghambat usaha yang telah anda jalankan ?b. Apa saja kendala yang dihadapi dalam kegiatan produksi ?c. Apakah dengan adanya pesaing mempengaruhi omzet penjualan dalam usaha ini ?
----	----------------------------	--

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

RANCANGAN DAFTAR WAWANCARA PEMILIK TOKO KUE TWINCAKES

A. Identitas Responden

- Nama Lengkap :
Jenis Kelamin :
Usia :
Agama :
Pendidikan Terakhir :
Posisi di Twincakes :

B. Pertanyaan

a. Toko Kue Twincakes

1. Sejak kapan usaha toko kue anda berdiri ?
2. Apa tugas anda di toko kue Twincakes ?
3. Mengapa anda tertarik membuka usaha ini ?

b. Strategi Pemasaran

a) *Product* (Produk)

1. Apa saja produk yang anda tawarkan kepada pelanggan ?
2. Bagaimana cara anda mendesain model produk kue agar lebih menarik ?

b) *Price* (Harga)

1. Apakah harga yang anda tetapkan sudah sesuai dengan produk yang ditawarkan ?
2. Apakah terdapat pilihan harga terhadap produk yang ditawarkan dapat menyesuaikan dengan uang yang dimiliki oleh pelanggan ?

c) *Place* (Tempat)

1. Apakah lokasi usaha ini sudah strategis ?
2. Darimana pelanggan mengetahui bahwa usaha ini menjual kue ?

d) *Promotion* (Promosi)

1. Apakah dengan adanya promosi dan diskon dapat meningkatkan omzet penjualan ?
2. Apakah promosi dan diskon yang diberikan dapat mempengaruhi pelanggan dalam membeli produk yang ditawarkan ?

e) *Physical Evidance* (Bukti Fisik)

1. Siapa yang bertanggung jawab dalam penataan produk di toko ?
2. Apakah dengan menyediakan produk di toko dapat menambah rasa puas pelanggan ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

f) *People (Partisipan)*

1. Bagaimana cara anda dalam memasarkan produk dalam usaha yang dijalankan ?
2. Bagaimana cara anda mendistribusikan produk kepada pelanggan ?

g) *Process (Proses)*

1. Apakah dalam melakukan proses produksi sudah sesuai dengan prosedur yang ditetapkan ?
2. Berapa lama waktu yang dibutuhkan dalam proses pembuatan produk?

c. *Omzet Penjualan*

a) *Harga Jual*

1. Bagaimana strategi yang anda lakukan dalam menetapkan harga jual?
2. Apakah harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan kualitas produk yang dijual ?

b) *Produk*

1. Bagaimana cara anda mendesain model produk agar pelanggan tertarik ?
2. Apakah terdapat ciri khas pada produk yang ditawarkan ?
3. Kapan anda harus melakukan perubahan harga pada produk ?

d. *Analisis SWOT*

a) *Strengths (Kekuatan)*

1. Apakah pelayanan yang diberikan membuat pelanggan puas ?
2. Apa saja kekuatan dari toko kue ini dibandingkan dengan pesaing ?
3. Apakah dalam memasarkan produk sudah mencapai target yang telah ditentukan ?
4. Apakah usaha ini memiliki harga yang bervariasi ?

b) *Weakness (Kelemahan)*

1. Apakah toko kue ini memiliki lahan parkir yang luas ?
2. Apakah dengan keterbatasan dalam menyediakan stok kue membuat pelanggan kecewa ?
3. Apakah dengan menerapkan diskon 2 kali dalam seminggu sudah cukup ?

c) *Opportunities (Peluang)*

1. Apakah kehadiran usaha ini dapat memudahkan pelanggan dalam mencari kue ?
2. Apakah terdapat produk yang paling diminati oleh pelanggan ?
3. Apa yang membuat usaha ini dapat bertahan hingga saat ini ?

4. Apa kesan yang tertanam di pelanggan tentang usaha ini ?

d) **Threath (Ancaman)**

1. Apakah terdapat ancaman yang dapat menghambat usaha yang telah dijalankan ?
2. Apa saja kendala yang dihadapi dalam kegiatan produksi ?
3. Apakah dengan adanya pesaing mempengaruhi omzet penjualan dalam usaha ini ?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

RANCANGAN DAFTAR WAWANCARA KARYAWAN TOKO KUE TWINCAKES

A. Identitas Responden

Nama Lengkap :
Jenis Kelamin :
Usia :
Agama :
Pendidikan Terakhir :
Posisi di Twincakes :

B. Pertanyaan

a. Toko Kue Twincakes

1. Sejak kapan anda bekerja di toko kue Twincakes ?
2. Apa tugas anda di toko kue Twincakes ?

b. Strategi Pemasaran

a) *Product* (Produk)

1. Apa saja jenis produk yang paling diminati oleh pelanggan?
2. Bagaimana cara anda dalam mendesain produk kue agar lebih menarik ?

b) *Price* (Harga)

1. Apakah harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan ?
2. Apakah pada toko kue Twincakes memiliki pilihan harga terhadap produk yang ditawarkan dapat menyesuaikan permintaan pelanggan ?

c) *Place* (Tempat)

1. Apakah lokasi toko kue Twincakes sudah strategis ?
2. Darimana pelanggan mengetahui usaha ini menjual kue ?

d) *Promotion* (Promosi)

1. Apakah dengan adanya promosi dan diskon dapat meningkatkan omzet penjualan ?
2. Apakah dengan promosi dan diskon 2 kali dalam seminggu sudah cukup ?

e) *Physical Evidance* (Bukti Fisik)

1. Apakah dengan menyediakan produk di toko menambah ras puas pelanggan dalam menentukan produk yang akan dibeli ?
2. Siapa yang bertanggung jawab dalam menata produk di toko ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sulthna Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulthna Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

f) *People* (Partisipan)

1. Apakah dalam memproduksi kue dibutuhkan ketelitian yang tinggi ?
2. Bagaimana cara anda dalam mendesain produk agar lebih menarik ?

g) *Process* (Proses)

1. Apakah dalam melakukan proses produksi sudah sesuai dengan prosedur yang ditetapkan ?
2. Apakah dalam memproduksi kue membutuhkan waktu yang lama ?

c. Omzet Penjualan

a) *Harga* Jual

1. Apakah harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan kualitas produk yang dijual ?
2. Bagaimana strategi yang ditetapkan dalam menentukan harga jual produk ?

b) *Produk*

1. Apakah di toko kue Twincakes bisa pesan kue yang sesuai dengan permintaan pelanggan ?
2. Bagaimana cara anda mendesain model produk agar pelanggan tertarik?
3. Apakah terdapat ciri khas pada produk yang ditawarkan ?

d. Analisis SWOT

a) *Strengths* (Kekuatan)

1. Apakah pelayanan yang diberikan membuat pelanggan puas ?
2. Apa yang membuat pelanggan membeli produk kembali ?
3. Apakah toko kue Twincakes memiliki harga yang bervariasi ?

b) *Weakness* (Kelemahan)

1. Apakah dengan keterbatasan dalam menyediakan stok kue membuat pelanggan kecewa ?
2. Apakah dengan adanya promo dan diskon 2 kali dalam seminggu sudah cukup ?

c) *Opportunities* (Peluang)

1. Apakah dengan kehadiran toko kue Twincakes mempermudah pelanggan dalam mencari kue ?
2. Apa saja produk yang paling diminati oleh pelanggan ?

d) *Threat* (Ancaman)

1. Apa saja kendala yang dihadapi dalam memproduksi kue ?
2. Apakah dengan adanya pesaing yang menjual produk yang sama membuat pelanggan beralih ?

RANCANGAN DAFTAR WAWANCARA PELANGGAN TOKO KUE TWINCAKES

A. Identitas Responden

Nama Lengkap :
Jenis Kelamin :
Usia :
Agama :
Pendidikan Terakhir :
Pekerjaan :

B. Pertanyaan

a. Strategi Pemasaran

a) *Product (Produk)*

1. Apa saja produk yang anda beli di toko kue Twincakes ?
2. Mengapa anda tertarik untuk membeli produk tersebut ?

b) *Price (Harga)*

1. Bagaimana menurut anda terhadap harga yang ada di toko kue Twincakes ?
2. Apakah dengan adanya pilihan harga membuat anda tertarik dalam membeli produk tersebut ?

c) *Place (Tempat)*

1. Apakah menurut anda lokasi yang dimiliki sudah strategis ?
2. Darimana anda mengetahui toko kue Twincakes ?

d) *Promotion (Promosi)*

1. Apakah dengan adanya promosi dan diskon membuat anda tertarik dalam membeli produk ?
2. Kapan promosi dan diskon pada toko kue Twincakes diberikan kepada pelanggan ?

e) *Physical Evidance (Bukti Fisik)*

1. Apakah dengan adanya produk yang letakkan pada toko kue membuat anda puas dan memudahkan dalam menentukan produk yang akan dibeli ?
2. Apakah pilihan produk yang terdapat pada brosur kue sudah sesuai dengan produk yang dipesan oleh anda ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

f) *People* (Partisipan)

1. Apakah yang membuat anda tertarik membeli produk kembali di toko kue Twincakes ?
2. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh toko kue Twincakes ?

g) *Process* (Proses)

1. Apakah proses dalam membeli produk membutuhkan waktu yang lama ?

b. Omzet Penjualan

a) *Harga* Jual

1. Apakah harga yang ditetapkan toko kue Twincakes sudah sesuai dengan produk yang ditawarkan ?
2. Menurut saya dengan melakukan promosi dimedia sosial dapat meningkatkan omzet penjualan toko kue Twincakes ?

b) *Produk*

1. Apakah terdapat ciri khas pada produk yang ditawarkan ?
2. Bagaimana dengan desain dan model yang diberikan oleh toko kue Twincakes membuat anda tertarik ?

c. Analisis SWOT

a) *Strengths* (Kekuatan)

1. Apakah toko kue Twincakes memiliki harga yang bervariasi ?
2. Apakah dengan adanya sistem PO dan COD yang diberikan memudahkan anda dalam membeli produk ?

b) *Weakness* (Kelemahan)

1. Apakah dengan keterbatasan toko kue Twincakes dalam menyediakan stok kue membuat anda kecewa ?
2. Menurut anda apakah dengan menerapkan diskon 2 kali dalam seminggu sudah cukup ?

c) *Opportunities* (Peluang)

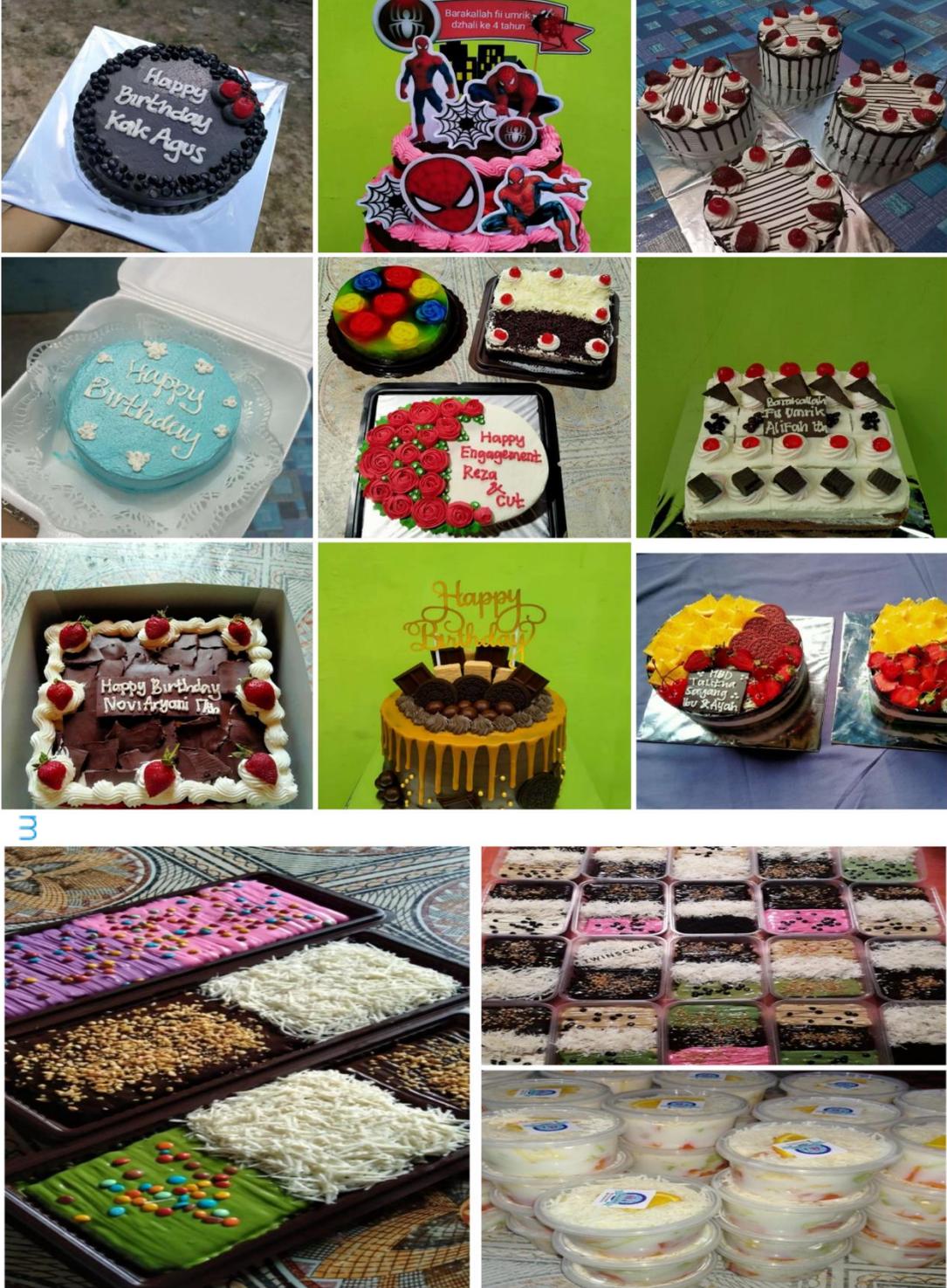
1. Apakah kehadiran toko kue Twincakes ini memudahkan pelanggan dalam mencari kue ?
2. Apa kesan yang tertanam pada pelanggan tentang toko kue Twincakes ?
3. Mengapa anda mempercayakan produk yang terdapat di toko kue Twincakes untuk keberlangsungan acara ?

d) *Threat* (Ancaman)

1. Apakah dengan adanya toko kue yang menjual produk yang sama membuat anda beralih ke produk tersebut ?



DOKUMENTASI PRODUK



m

ditujukan ke Jember

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jember
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jember



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTHAN THAHA SARUDDOM
J A M B I

@ Hak cipta r

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi



LAMPIRAN DOKUMENTASI PROMO DAN DISKON

PROMO
SPESIAL JUMAT
BELI 3
25.000

BROWNIESE LUMER

Saituddin Jambi

SPECIAL
JUMAT BERKAH

Aneka Bolu

Rp. 105.000
Rp. 100.000

Dapat 3pcs bolu panggang loyang 21 bisa mix bolu pandan bolu mentega bolu coklat



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi

PROMO

MINGGU CERIA

BROWNIESE LUMER



3PCS HANYA 25.000

Rasa bisa mix tersedia rasa coklat, keju, tiramisu, stroberi, greentea

PROMO

MINGGU CERIA

BROWNIESE TOPING



2 PCS HANYA 50.000

Toping mix Keju, serés, kacang bukan toping lumer

LAMPIRAN DOKUMENTASI WAWANCARA



@ Hak cipta r



a Saifuddin Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTHAN THAHA SAIFUDDIN
J A M B I

@ Hak cipta milk |



985
Postingan

7.018
Pengikut

662
Mengikuti

Cake By Yola&Tila

Bisnis Lokal

🍰 Tart, Bolu, Bouquet, Salad, dll

📞 Wa : 082268687733

👤 Own @sagsstila @salsaugustiyola

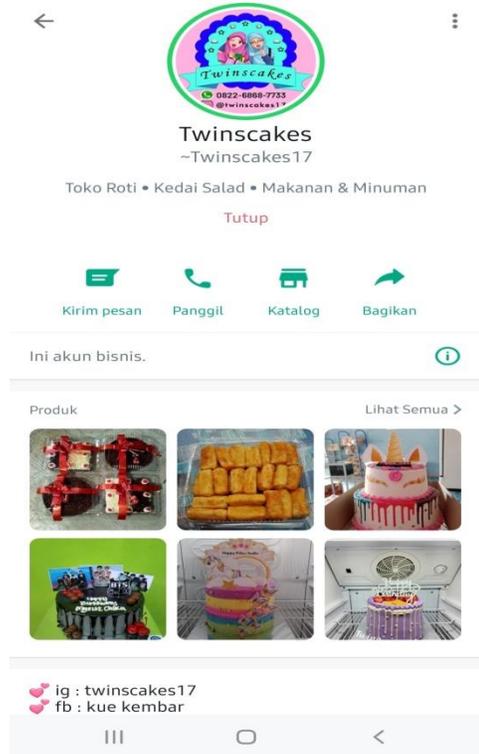
📍 Air Hitam Sugem (ketik twinscakes di maps)

Jarang Balas DM

kebon 9 air hitam, Jambi City

State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



1. Identitas Diri

Nama : Welly Oktaviyanti
Nim : 501190263
Tempat, Tanggal Lahir : Jambi, 18 Oktober 2000
Alamat : Pinang Bambu, RT.06, RW.01, Desa Ladang Panjang,
Kec. Sungai Gelam, Kab. Muaro Jambi
No. HP : 0853-7986-8819
E-mail : wellyoktaviyanti2000@gmail.com
Nama Ayah : Amrizal
Nama Ibu : Refniati



2. Latar Belakang Pendidikan

1. TK Islam An-Nisa Talang Belido	Tahun 2005 - 2006
2. SDN 109/IX Ladang Panjang	Tahun 2006 - 2012
3. SMPN 19 Muaro Jambi	Tahun 2012 - 2015
4. SMAN 10 Muaro Jambi	Tahun 2015 - 2018
5. UIN STS Jambi	Tahun 2019 - Sekarang

3. Pengalaman Organisasi

1. Palang Merah Remaja	Tahun 2015 - 2017
2. Pramuka	Tahun 2012 - 2014
3. Anggota KSEI UIN STS Jambi	Tahun 2019 - 2020
4. Ikatan Mahasiswa Sungai Gelam	Tahun 2021 - Sekarang
5. Himpunan Mahasiswa Ladang Panjang	Tahun 2020 - Sekarang

Motto Hidup :

“Kesuksesan tidak hanya dilihat seberapa jumlah uang yang dihasilkan, tapi juga dari seberapa besar manfaatmu untuk orang lain dan jangan pernah membandingkan prosesmu dengan orang lain, sebab bunga tidak mekar dan tumbuh bersamaan”.