

**SKRIPSI**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN PADA UMKM GUSTARBROWNIES**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

“Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana  
Terapan Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan  
Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali”

**Oleh:**

**GUSTI AYU MADE PUSPA SATYA DEWI**

**NIM : 1815744026**

**JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA**

**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**BADUNG**

**2022**

**SKRIPSI**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN PADA UMKM GUSTARBROWNIES**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

“Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana  
Terapan Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan  
Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali”

**Oleh:**

**GUSTI AYU MADE PUSPA SATYA DEWI**

**NIM : 1815744026**

**JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA**

**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**BADUNG**

**2022**

## HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

1. Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Gustarbrownies
2. Penulis
  - a. Nama : Gusti Ayu Made Puspa Satya Dewi
  - b. NIM : 1815744026
3. Jurusan : Administrasi Niaga
4. Program Studi : Manajemen Bisnis Internasional

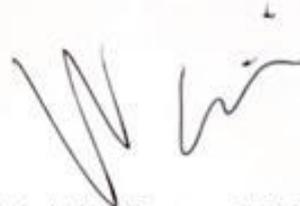
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
Badung, 25 Juli 2022  
Menyetujui:

Pembimbing I,



Ni Wayan Sumetri, SE., M.Agb  
NIP. 196403131990032003

Pembimbing II,



I Made Widiantera, S.Psi, M.Si  
NIP. 197902182003121002

**HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN PADA UMKM GUSTARBROWNIES**

Oleh :

**GUSTI AYU MADE PUSPA SATYA DEWI**

Nim : 1815744026

Disahkan :

Penguji I

Drs. I Ketut Yasa, SE., MM  
NIP. 196102271990031001

Ketua Penguji

Ni Wayan Sumetri, SE., M.Agb  
NIP. 196403131990032003

Penguji II

Ida Ayu Putri Widiasuari Riyasa, S.E., M.M  
NIP. 202111008

Mengetahui

Jurusan Administrasi Niaga

Ketua



Dr. I Ketut Santra, M.Si.  
NIP. 196710271992031002

Badung, 9 Agustus 2022

Prodi. Manajemen Bisnis Internasional

Ketua

Cokorda Gede Putra Yudistira, SE., MM.  
NIP. 196808271993031002

## HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

“Tidak Ada Hidup Tanpa Masalah, Dan Tidak Ada Perjuangan Tanpa Rasa Lelah”

### PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua, kakak dan adik saya yang telah memberikan motivasi, doa, nasihat, kesabaran dan pengertian kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak/ Ibu Dosen Prodi Manajemen Bisnis Internasional Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan berbagi pengalaman yang bermandaat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Gustarbrownies” adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya mengatakan bahwa dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah Skripsi ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, dengan ini saya menyatakan menarik Skripsi yang saya ajukan sebagai hasil karya.

Badung, 25 Juli 2022

Yang menyatakan



Gusti Ayu Made Puspa Satya Dewi

NIM 1815744026

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada usaha Gustarbrownies yang merupakan sebuah UMKM online yang menjual camilan berupa brownies dan cookies. Fenomena yang terjadi adalah pendapatan penjualan yang tidak stabil dan sering terjadi penurunan secara signifikan. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi pemasaran pada Gustarbrownies dalam upaya meningkatkan penjualan. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada UMKM Gustarbrownies?. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yaitu mengumpulkan data primer dengan wawancara, kuisisioner, observasi dan dokumentasi. Penentuan faktor internal dan eksternal menggunakan Matriks EFAS (*External Factors Analysis Summary*), Matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) untuk mengetahui posisi Gustarbrownies dan Analisis SWOT yang digunakan untuk merumuskan strategi alternatif. Berdasarkan metode yang digunakan diketahui bahwa posisi usaha Gustarbrownies berada pada kuadran I yang berarti *Growth* (berkembang) dan strategi yang diperlukan yaitu mendukung pertumbuhan perusahaan yang begitu pesat (*growth oriented strategy*) dan strategi yang dapat diterapkan adalah SO (*Strengths Opportunities*) yang merupakan bauran pemasaran 7P terdiri dari : produk; meningkatkan inovasi produk, price; memberikan harga paket bundling atau potongan harga, place; membuka stand atau cabang di lokasi yang strategis, promotion; memanfaatkan media sosial untuk promosi, people; menggunakan jasa seorang influencer untuk memasarkan produk, physical evidence; memasang papan nama usaha, baner, mempercantik packaging box dan paperbag, process; menampilkan proses pembuatan brownies dengan cara live, atau membuat konten.

*Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Matriks SWOT, Strategi Alternatif*

## **ABSTRACT**

*This research was conducted on the Gustarbrownies business which is an online shop that sells snacks in the form of brownies and cookies. The phenomenon that occurs is unstable sales income and there is often a significant decline. The purpose of this research is to formulate a marketing strategy on Gustarbrownies in an effort to increase sales. The formulation of the problem in this study is How is the marketing strategy in increasing sales at Gustarbrownies?. The research method used is descriptive qualitative, namely collecting primary data with interviews, questionnaires, observation and documentation. Determination of internal and external factors using EFAS (External Factors Analysis Summary) Matrix, IFAS (Internal Factors Analysis Summary) Matrix to determine the position of Gustarbrownies and SWOT analysis used to formulate alternative strategies. Based on the method used, it is known that Gustarbrownies' business position is in quadrant I which means Growth (developing) and the strategy needed is to support the company's rapid growth (growth oriented strategy) and the strategy that can be applied is SO (Strengths Opportunities) which is the marketing mix. 7P consists of: products; increase product innovation, price; provide the price of the bundling package or discount, place; open a stand or branch in a strategic location, promotion; use social media for promotion, people; use the services of an influencer to market products, physical evidence; installing business name boards, banners, beautifying packaging boxes and paperbags, process; show the process of making brownies in a live way, or create content.*

*Keywords: Marketing Strategy, SWOT Analysis, SWOT Matrix, Alternative Strategy*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Umkm Gustarbrownies” dengan baik. Adapun penyusunan skripsi ini penulis menyusun dengan maksud dan tujuan memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat kelulusan pada Jurusan Administrasi Niaga, Program Studi Manajemen Visnis Internasional, Politeknik Negeri Bali.

Dalam usaha menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan waktu, pengetahuan, dan biaya sehingga tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak tidaklah mungkin berhasil dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini tidaklah berlebihan apabila penulis menghaturkan banyak terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE, M.eCom selaku Direktur Politeknik Negeri Bali
2. Bapak Dr. I Ketut Santra, M.Si. selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali.
3. Bapak Cokorda Gede Putra Yudistira, SE., MM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Bisnis Internasional.

4. Ibu Ni Wayan Sumetri, SE., M.Agb selaku dosen pembimbing 1, yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Bapak I Made Widianara, S.Psi, M.Si selaku dosen pembimbing 2, yang juga telah banyak memberikan bimbingan selama penyusunan skripsi ini
6. Ibu Gusti Ayu Made Puji Astuti selaku pemilik UMKM Gustarbrownies, yang telah bersedia memberikan informasi dan data tentang penelitian penulis.
7. Orang tua dan saudara kandung selaku motivasi hidup penulis.
8. Teman-teman dan orang-orang yang menyayangi penulis, yang telah menemani dan memberikan semangat selama penyusunan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Kuasa dapat membalas kebaikan kalian dan skripsi yang sederhana ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, rekan-rekan, masyarakat, serta bangsa dan negara.

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

Badung, 25 Juli 2022

Penulis

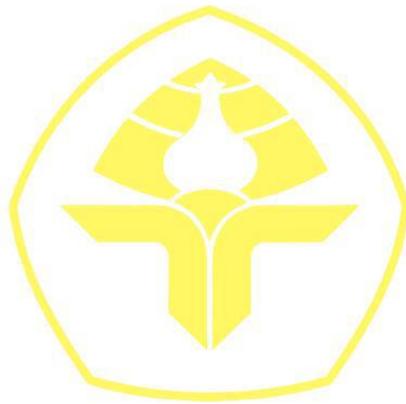
## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI .....	i
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI .....	iv
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Kontribusi Hasil Penelitian .....	8
1.5 Sistematika Penulisan .....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1 Telaah Teori .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1 Definisi Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3 Strategi Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4 Fungsi Dan Tujuan Strategi Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.5 Komunikasi Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.6 Bauran Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 Penelitian Sebelumnya .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3 Kerangka Teoritis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB III METODE PENELITIAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

3.1	Jenis dan Sumber Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1.1	Jenis Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1.2	Sumber Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.1	Observasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.2	Wawancara (Interview).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.3	Kuisisioner (Angket) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.4	Studi Pustaka.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.5	Dokumentasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3	Metode Analisis Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.1	Analisis SWOT.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.2	Analisis Matriks EFAS dan IFAS.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.3	Diagram Cartesius Analisis SWOT .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.4	Matriks SWOT.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1	Sejarah Umum Perusahaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.3	Strategi Perusahaan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.4	Struktur Organisasi Perusahaan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2	Hasil Analisis dan Pembahasan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1	Analisis Lingkungan Eksternal Internal Gustarbrownies .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2	Analisis SWOT Gustarbrownies.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.3	Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan ..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....		10
5.1	Simpulan.....	10
5.2	Saran.....	12
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Matriks EFAS .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.2 Matriks IFAS .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.3 Matriks SWOT .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.1 Matriks Internal Factors Analisis Summary (IFAS) ...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.2 Matriks Eksternal Factors Analisis Summary (EFAS) .....	61
Tabel 4.3 Matriks SWOT Gustarbrownies.....	64



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Penjualan UMKM Gustarbrownies 2021 .....	6
Gambar 2.1 Kerangka Teoritis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 3.1 Diagram Cartesius Analisis SWOT....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4.1 Produk Brownies Gustarbrownies..	<b>Error! Bookmark not defined.</b> 37
Gambar 4.2 Produk Cookies Gustarbrownies .....	38
Gambar 4.3 Produk Birthday Tower Brownies Gustarbrownies .....	38
Gambar 4.4 Produk Hampers Natal Gustarbrownies .....	39
Gambar 4.5 Daftar Menu Gustarbrownies .....	40
Gambar 4.6 Struktur Organisasi UMKM Gustarbrownies .....	43
Gambar 4.7 Diagram Cartesius Analisis SWOT.....	63



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Formulir Bimbingan Skripsi
- LAMPIRAN 2 : Hasil Wawancara
- LAMPIRAN 3 : Instrumen Kuisisioner
- LAMPIRAN 4 : Dokumentasi
- LAMPIRAN 5 : Hasil Tabulasi dan Data Kuisisioner
- LAMPIRAN 6 : Daftar Riwayat Hidup Peneliti



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

UMKM merupakan usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Berdasarkan Undang-Undang nomor 20 Tahun 2008 usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan ataupun badan usaha perorangan dengan jumlah asset maksimal 0 sampai Rp 50 juta dan omzet total 0 sampai 300 juta. Dalam menumbuhkan pertumbuhan ekonomi masyarakat UMKM memiliki kontribusi yang besar khususnya di negara-negara berkembang. Dampak yang berpengaruh positif dapat menggerakkan roda perekonomian bangsa dan mengurangi jumlah pengangguran.

Setiap perusahaan yang menghasilkan barang atau jasa membutuhkan suatu kegiatan pemasaran, karena pemasaran merupakan dasar yang harus dilakukan bagi setiap perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan itu sendiri. Setiap perusahaan diharapkan mampu memahami apa yang sedang terjadi di pasar, seperti kebutuhan konsumen dan keinginan konsumen. Di era globalisasi ini, munculnya persaingan dalam dunia usaha tidak dapat dihindari. Oleh karena itu, setiap perusahaan dihadapkan dengan berbagai peluang dan ancaman, baik dari dalam maupun luar negeri.

Persaingan antar kegiatan usaha di Bali dipengaruhi oleh perubahan keadaan pasar. Pasar yang sebelumnya merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli secara langsung (konvensional), kini telah digantikan oleh kegiatan jual-beli secara online. Hal ini karena kegiatan jual-beli online dinilai lebih efisien dengan jangkauan dan waktu yang tidak terbatas. Namun perubahan tersebut membawa dampak lain bagi pelaku usaha. Pelaku usaha dituntut untuk lebih kreatif dalam memasarkan produk agar tetap diminati oleh konsumen.

Tjiptono dalam Moh Rusdi (2019) menyatakan bahwa menghadapi hal tersebut, hal yang perlu diperhatikan yaitu produk, harga, promosi dan distribusi. Dengan demikian sudah tentu pemasaran merupakan fungsi dari keberhasilan dan tercapainya tujuan yang diharapkan sehingga memperoleh kelangsungan hidup perusahaan.

Kegiatan pemasaran memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka panjang maupun jangka pendek. Dalam jangka panjang biasanya untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis. Sedangkan dalam jangka pendek untuk merebut hati konsumen terutama untuk produk yang baru diluncurkan.

Strategi pemasaran menjadi prioritas utama yang harus dimiliki setiap perusahaan dalam rangka mencapai tujuan-tujuannya. Strategi merupakan rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan

pemasaran suatu perusahaan yang meliputi produk, harga, lokasi, promosi, dan pelayanan.

Mendapatkan konsumen dalam dunia usaha menjadi tantangan bagi para pelaku usaha. Minat konsumen akan suatu produk menjadi penentu keberhasilan dari kegiatan usaha. Pelaku usaha perlu memiliki strategi promosi dan pengetahuan lebih luas mengenai kebutuhan dan minat dari konsumen sehingga produk yang ditawarkan dapat diterima di pasaran. Menurut Sirmawati (2020) Pelaku usaha perlu mempelajari perilaku konsumen dengan tujuan menentukan strategi pemasaran yang tepat dan efektif. Pemasaran produk yang efektif akan berdampak terhadap perkembangan penjualan dan menguatkan persepsi konsumen terhadap produk perusahaan.

Menurut Daryanto (2011) pemasaran adalah suatu proses social dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan cara menciptakan, menawarkan dan bertuakr sesuatu yang bernilai satu sama lain. Tujuan utama pemasaran ialah untuk mendapatkan keuntungan secara maksimal dengan membuat strategi penjualan yang tepat. Keberhasilan usaha dapat dilihat melalui beberapa hal yaitu jumlah omset penjualan, produksi, dan laba yang meningkat seiring berjalannya waktu.

Menurut Sulfiana (2020) pada umumnya, perusahaan dalam proses pemasaran menggunakan bauran pemasaran (marketing mix) 7P yang terdiri dari produk (product), harga (price), lokasi/tempat (place), promosi (promotion), orang (people), tampilan fisik (physical evidence) dan proses (process). Ketujuh faktor

tersebut merupakan satu kesatuan yang perlu diperhatikan oleh manajer pemasaran dalam mengambil keputusan mengenai strategi pemasaran.

Mengenai penentuan strategi, Merryana (2019) menyatakan sebagai berikut. Penentuan suatu strategi didasarkan pada hasil analisis terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi yaitu faktor eksternal dan internal. Analisis yang digunakan dalam menentukan strategi pemasaran pada penelitian ini adalah analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats*).

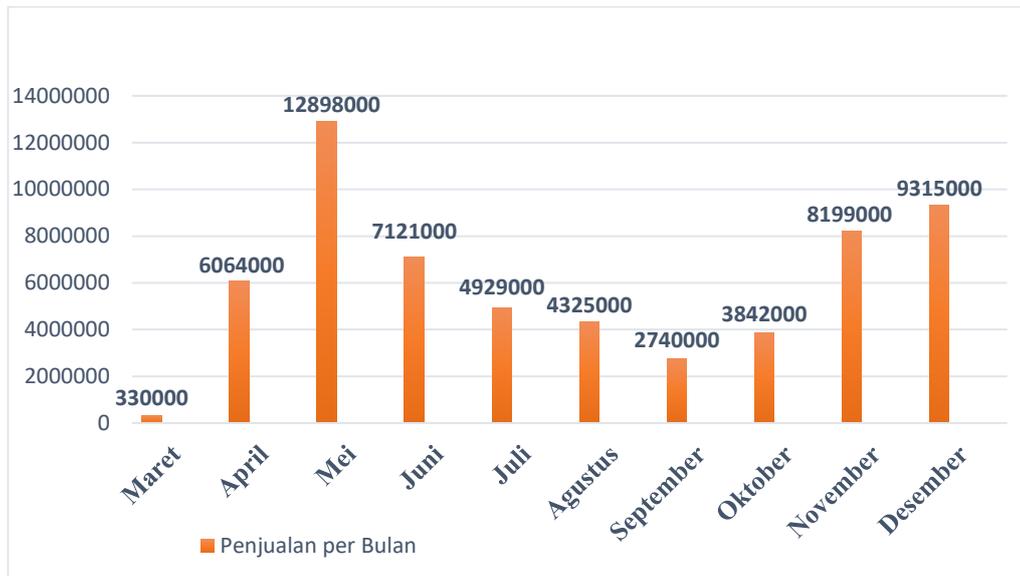
Gustarbrownies merupakan sebuah usaha yang menawarkan camilan berupa brownies dan cookies, yang dimulai sejak Maret 2021 berlokasi di Perumahan Tegal Buah Blok D,I No 48 Denpasar Barat. Gustarbrownies telah mampu menciptakan keunggulan produk, pelayanan, harga dan kualitas dalam upaya menarik konsumen. Tidak hanya mempertahankan kualitas, harga kompetitif, dan cita rasa yang nikmat, tetapi faktor komunikasi pemasaran juga memiliki peran penting dalam mendapatkan konsumen.

Suatu perusahaan perlu mengenali kekuatan dan kelemahan agar perusahaan tersebut dapat berkembang. Melihat dari kenyataan yang ada, kelemahan dari Gustarbrownies ialah masa penyimpanan produk yang tidak tahan lama dan masih menggunakan sistem pre order dalam menyediakan produk. Menghadapi hal tersebut, Gustarbrownies memiliki strategi yang menjadi kekuatan tersendiri berupa ketepatan waktu dalam menyelesaikan pesanan, cita rasa yang unik, dan harga yang terjangkau.

Gustarbrownies tidak terlepas dari tantangan dan hambatan baik dari segi modal, SDM serta kompetitor. Banyaknya kompetitor sejenis, menyebabkan

persaingan pasar semakin ketat, maka perlu diterapkan strategi yang tepat untuk mengembangkan usaha dan mempertahankan konsumen. Gustarbrownies selalu dapat memanfaatkan peluang-peluang yang ada, seperti: menyediakan hampers pada hari raya Galungan Kuningan, Natal, Idul Fitri atau perayaan Valentine dan Tahun Baru.

Gustarbrownies menggunakan aplikasi berupa Whatsapp, Instagram, Facebook dan Shopee dalam melakukan pemesanan produk. Melalui Instagram Gustarbrownies memasarkan produknya dengan memanfaatkan fitur Instagram Ads yang bisa langsung tersambung ke WhatsApp. Terkadang Gustarbrownies menggunakan jasa endorsement beberapa influencer untuk memperkenalkan produk agar lebih terpercaya karena langsung mendapatkan review dari influencer tersebut. Selain menjual produk di Instagram, Gustarbrownies aktif menjual produknya melalui e-commerce yaitu aplikasi Shopee. Banyaknya fitur dan promo menarik seperti gratis ongkir, COD dan Ads yang ditawarkan aplikasi shopee kepada penggunanya, sehingga memudahkan penjual dalam mendapatkan konsumen. Untuk mempertahankan pelanggan, Gustarbrownies mempromosikan produknya melalui iklan, memberikan promo akhir bulan, dan menyediakan hampers hari raya.



Gambar 1.1 Perkembangan Penjualan UMKM Gustarbrownies 2021

Sumber: UMKM Gustarbrownies

Dilihat pada gambar 1.1 pendapatan penjualan Gustarbrownies tidak serta merta meningkat setiap bulannya. Pada bulan-bulan tertentu, yaitu bulan Mei, November dan Desember terjadi peningkatan penjualan yang signifikan. Menurut pemilik UMKM Gustarbrownies peningkatan penjualan pada bulan tersebut disebabkan oleh penjualan hampers hari raya oleh Gustarbrownies. Pada bulan Mei terdapat Hari Raya Idul Fitri, pada bulan November merupakan Hari Raya Galungan dan Kuningan, dan Natal pada bulan Desember.

Peningkatan penjualan pada UMKM Gustarbrownies disebabkan oleh adanya hari raya besar, namun setelah itu pendapatan kembali mengalami penurunan secara drastis. Penjualan camilan brownies dan cookies pada UMKM Gustarbrownies mengalami penurunan berturut-turut yang dapat dilihat pada grafik bulan Juni – September. Menurut pemilik UMKM Gustarbrownies hal tersebut disebabkan oleh kurangnya aktifitas pemasaran oleh Gustarbrownies selain itu tidak ada perayaan atau hari raya tertentu pada bulan-bulan tersebut. Apabila hal tersebut dibiarkan,

maka akan berdampak buruk pada UMKM Gustarbrownies. Gustarbrownies membutuhkan strategi yang tepat untuk mengatasi permasalahan penurunan pendapatan penjualan.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, tentunya dipengaruhi oleh faktor lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Maka dianggap penting untuk dilakukan sebuah penelitian mengenai strategi pemasaran guna menarik calon pembeli. Berdasarkan pemaparan diatas, maka peneliti tertarik meneliti judul **“Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Gustarbrownies ”**.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang sudah dijelaskan dalam latar belakang diatas, maka rumusan masalahnya yang dapat diangkat adalah

1.2.1 Bagaimana Analisis SWOT pada UMKM Gustarbrownies?

1.2.2 Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada UMKM Gustarbrownies?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Ditetapkannya suatu tujuan penelitian akan membuat suatu penelitian akan menjadi terarah. Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah

1.3.1 Untuk mengetahui analisis SWOT pada UMKM Gustarbrownies.

1.3.2 Untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada UMKM Gustarbrownies.

#### **1.4 Kontribusi Hasil Penelitian**

##### 1.4.1 Kontribusi Teoritis

- a. Mengamati strategi pemasaran melalui analisis SWOT yang digunakan di UMKM Gustarbrownies dengan teori strategi yang didapatkan di bangku kuliah.
- b. Memenuhi syarat mendapatkan sarjana D4 Manajemen Bisnis Internasional di Politeknik Negeri Bali.
- c. Memberikan pengetahuan tambahan kepada mahasiswa dalam penggunaan Strategi dalam meningkatkan pwnjualan UMKM Gustarbrownies.

##### 1.4.2 Kontribusi Praktis

- a. Memberikan pengalaman bagi peneliti dalam kegiatan penelitian, sehingga dapat membandingkan teori dengan kenyataan.
- b. Untuk bisnis Gustarbrownies diharapkan dapat digunakan sebagai dasar pengembangan untuk menentukan strategi pemasaran.
- c. Untuk pembaca diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna untuk penelitian selanjutnya sehingga bermanfaat bagi masyarakat luas.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi lima bab dengan susunan sebagai berikut:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Pada pendahuluan menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

### **BAB II: KAJIAN PUSTAKA**

Bab kajian pustaka menjelaskan mengenai teori-teori yang mendasari masalah yang akan diteliti, penelitian terdahulu sebagai acuan, dan kerangka teori.

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Bab metode penelitian akan menjelaskan mengenai Tempat Penelitian, Objek Penelitian, Sumber dan Jenis Data, Teknik Pengumpulan dan Analisis Data, Jadwal Penelitian dan Sistematika Penulisan.

### **BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini akan mengemukakan tentang gambaran umum Gustarbrownies, hasil analisis dan pembahasan, implikasi hasil penelitian dan keterbatasan penelitian.

### **BAB V: SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini mengemukakan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang diberikan berkaitan dengan hasil penelitian ini.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **1.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Gustarbrownies” dapat ditarik kesimpulan yaitu:

a. Analisis SWOT Gustarbrownies

Berdasarkan hasil analisis Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Strategy*) diperoleh hasil nilai skor 2.53 dan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Strategy*) diperoleh nilai skor 2.39. Hasil analisis dengan mencocokkan nilai skor Matriks EFAS dan IFAS dengan Diagram Cartesius Analisis SWOT diperoleh posisi Gustarbrownies berada pada Kuadran I yang berarti *Growth* (berkembang). Sesuai dengan yang diutarakan dalam teori Rangkuti (2015) jika berada pada kuadran I (mendukung strategi agresif). Dimana kuadran ini merupakan kondisi yang sangat menguntungkan, karena perusahaan memiliki *opportunity* dan *strength*. Strategi yang diperlukan yaitu mendukung pertumbuhan perusahaan yang begitu pesat (*growth oriented strategy*) dengan menerapkan strategi SO (*Strengths Opportunities*) sesuai dengan Matriks SWOT.

b. Strategi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Gustarbrownies

Berdasarkan hasil analisis dan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan pemilik usaha Gustarbrownies, ditentukanlah strategi yang tepat yaitu bauran pemasaran 7P sebagai berikut :

- 1) Product, Produk yang dijual Gustarbrownies menyesuaikan trend terkini, meningkatkan inovasi varian produk, memanfaatkan peluang di hari besar/ hari raya dengan menyediakan parcel atau hampers serta memperhatikan cita rasa produknya agar konsisten.
- 2) Price, Memberikan Harga Paket tentu akan lebih seperti *bundling* dan potongan harga.
- 3) Place, Lokasi strategis dapat memperluas pangsa pasar. Dalam hal ini dapat dilakukan dengan cara membuat stand di pusat kota. Diikuti juga dengan memaksimalkan pemanfaatan online store / *market place* seperti gofood, shopeefood, grabfood, tokopedia dan shopee store.
- 4) Promotion, Memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan usaha dalam meningkatkan penjualan dapat dilakukan dengan cara aktif membuat konten di social media seperti tiktok, instagam, whatsapp, menggunakan fitur Instagram ads, influencer dan endorsement.
- 5) People, Menggunakan jasa endorsement seseorang untuk memasarkan produk yang mampu mempengaruhi seperti influencer, selebgram atau food vlogger. Selain itu Gustarbrownies dapat melakukan training berkala kepada seluruh karyawan dengan tujuan meningkatkan kualitas kinerja SDM.

- 6) Process, Pada proses ini, gustarbrownies dapat membuat konten bagaimana proses produksi, memperlihatkan bahan-bahan yang digunakan fresh, atau dengan cara live di tik tok, instagram saat proses pembuatan produk.
- 7) Physical Evidence, Bukti fisik atau physical evidence, Gustarbrownies dapat memasang plang atau papan nama usaha, banner di depan rumah produksi agar pembeli dapat dengan mudah menemukan lokasi, dan terlihat lebih menarik. Selain itu, dapat dilakukan dengan membuat packaging box dan paperbag yang menarik.

## 1.2 Saran

Dengan Mengacu pada kesimpulan yang dikemukakan diatas, maka saran yang dapat penulis berikan sebagai bahan pertimbangan pada UMKM Gustarbrownies adalah sebagai berikut:

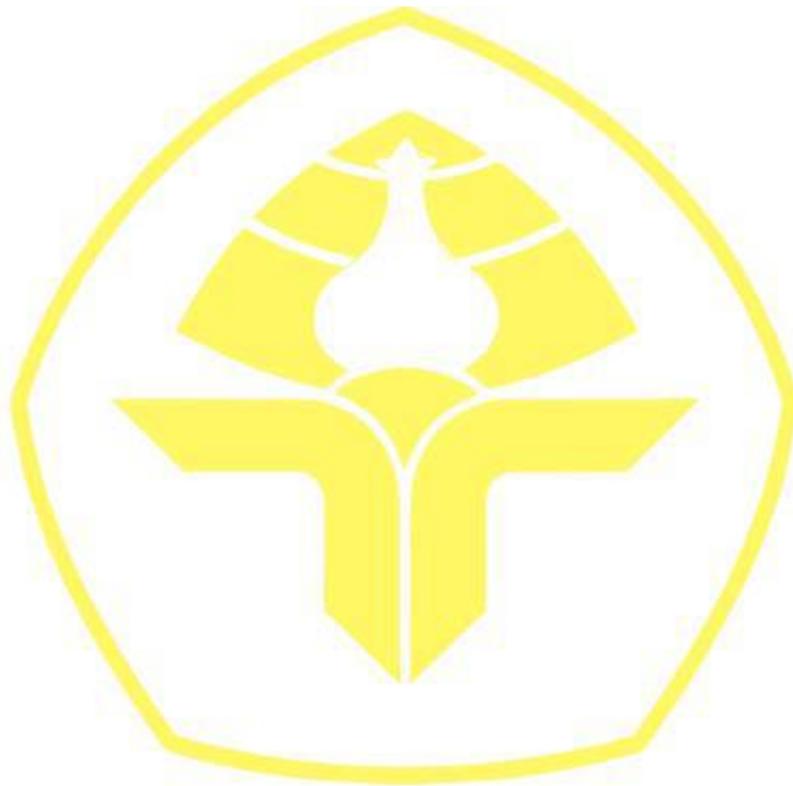
### 1). Saran Teoritis

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan mampu membantu pelaku usaha terutama UMKM dalam menangani permasalahan yang ada, sebagai mana masih banyak faktor yang dapat mempengaruhi pergerakan kenaikan dan masalah penjualan seperti ekonomi nasional, inflasi, ataupun peraturan pemerintah.

### a. Saran Praktis

1. Gustarbrownies disarankan mendaftarkan usaha di Google Business sehingga pelanggan lebih menemukan lokasi usaha.

2. Perusahaan mengikuti perkembangan pasar serta meningkatkan kuantitas stock produk.
3. Perusahaan meningkatkan kualitas SDM agar mampu menyelesaikan pesanan tepat waktu.

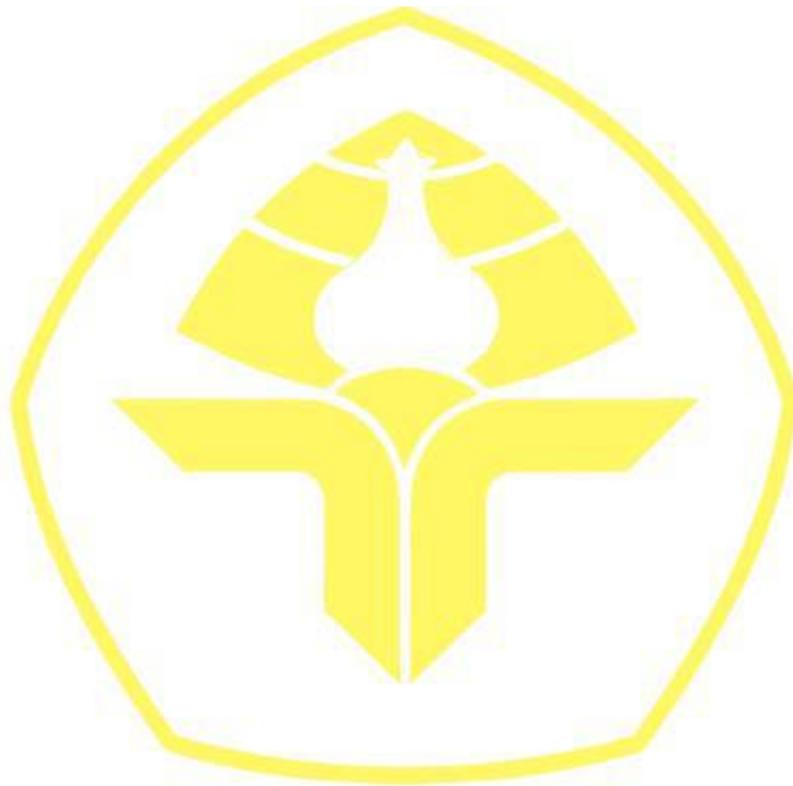


JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko, Hadi, 2018. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation.
- Ayu Afsari, dan Eva Rachmawati. 2019. Tinjauan Tentang Penerapan Analisis Swot Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan (Studi Kasus Pada King Cafe). Jemper (Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan).
- Batjo, N. 2018. Penerapan Komunikasi Pemasaran Terhadap Perilaku Dan Putusan Pembelian. Dinamis- Journal of Islamic Management And Bussines.
- Felicia, Yolanda dan Jojok Dwiridhotjahjono. 2021. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Antenna Hdf Surabaya. Jurnal Manajemen dan Akuntansi.
- Felisa, W. dkk 2021. Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4p) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. Jurnal Emba.
- Gesta, A., dan Antje. 2021. Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi Di Kota Timika. Kritis.
- Hutabarat, E. 2017. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Suzuki Satria Fu Pada Pt. Sunindo Varia Motor Gemilang Medan. Jurnal Ilmiah Methonomi.
- Ivana, S. dkk. 2022. Penerapan Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran PT. Ivana Papua Cargo EXPRESS. Jurnal Emba
- Kusbandono, D. 2019. Analisis Swot Sebagai Upaya Pengembangan Dan Penguatan Strategi Bisnis ( Study Kasus Pada Ud. Gudang Budi, Kec. Lamongan). Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen.
- Kusniadji, S. 2016. Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang). Jurnal Komunikasi.
- Marissa, G. dkk. 2021. Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi. Banten: Pascal Books.
- Rangkuti, F. 2015. Personal Swot Analysis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rusdi, M. 2019. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya. Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis.
- Selang, C. A. 2013. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. EMBA, 71-80.

Veronica, S. dkk. 2017. Analisis Komunikasi Pemasaran Satuan Penugasan Pariwisata Di Provinsi Sulawesi Utara (Studi Pada Program Kunjungan 10.000 Turis Tiongkok). e-journal Acta Diurna.



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Formulir Bimbingan Skripsi

#### PROSES BIMBINGAN SKRIPSI TAHUN 2021/2022

Nama Mahasiswa : Gusti Ayu Made Puspa Satya Dewi  
NIM : 1815744026  
Jurusan : Administrasi Niaga  
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Gustarbrownies

NO	TANGGAL	URAIAN	TANDA TANGAN
1.	02 April 2022	Pendahuluan	A
2.	08 April 2022	Rumusan Masalah	A
3.	22 April 2022	Revisi rumusan masalah	A
4.	13 Mei 2022	ACC Bab 1 - 3	A
5.	23 Mei 2022	Revisi Bab 4	A
6.	6 Juni 2022	Revisi pembahasan Bab 4	A
7.	11 Juli 2022	Revisi pembahasan	A
8.	19 Juli 2022	Diskusi pertanyaan kuisisioner	A
9.	21 Juli 2022	Diskusi Hasil olah data	A
10.	23 Juli 2022	ACC Bab 1 - 5	A

Badung, 25 Juli 2022

Pembimbing, I

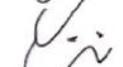
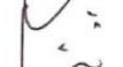
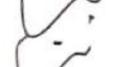
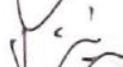


Ni Wayan Sumetri, SE., M.Agb

NIP. 196403131990032003

PROSES BIMBINGAN  
SKRIPSI TAHUN 2021/2022

Nama Mahasiswa : Gusti Ayu Made Puspa Satya Dewi  
NIM : 1815744026  
Jurusan : Administrasi Niaga  
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Gustarbrownies

NO	TANGGAL	URAIAN	TANDA TANGAN
1.	19 April 2022	Bab I Rumusan Masalah	
2.	11 Mei 2022	Bab II Kerangka Teoritis	
3.	20 Mei 2022	Bab III Pembahasan	
4.	23 Mei 2022	Bab III pertanyaan wawancara	
5.	25 Mei 2022	Revisi Bab 4	
6.	10 Juni 2022	Diskusi Bab 4	
7.	15 Juni 2022	Revisi Pembahasan Bab 4	
8.	20 Juli 2022	Diskusi Hasil Olah Data	
9.	21 Juli 2022	Revisi Kesimpulan	
10.	25 Juli 2022	ACC bab 1-5	

Badung, 25 Juli 2022

Pembimbing, II

I Made Widiyantara, S.Psi, M.Si

NIP. 197902182003121002

## Lampiran 2 Hasil Wawancara

### WAWANCARA

Nama : Puji Astuti

Jabatan : Pemilik Usaha

Tanggal : 30 April 2022

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah yang menjadi kekuatan dari Gustarbrownies?	Kekuatan gustarbrownies adalah terjamin tanpa pengawet, produk juga bervariasi, topping bervariasi, untuk harga juga cukup terjangkau, untuk cita rasa produk kami konsiste, karena kami selalu menggunakan takaran dalam proses pembuatannya.
2	Apakah yang menjadi kelemahan dari Gustarbrownies?	Untuk kelemahan dari gustarbrownies itu adalah lokasi, dimana lokasi usaha ini bisa dibilang kurang strategis, di dalam perumahan, yang mana pembeli sering kesulitan menemukan titik lokasi kami.
3	Peluang apa saja yang ada atau dimiliki oleh Gustarbrownies?	Peluang usaha itu pada hari-hari besar, atau hari raya, dimana banyak pembeli yang membeli hanpers atau parcel. Jadi setiap hari raya akan terjadi kenaikan omset penjualan.
4	Ancaman apakah yang mungkin dihadapi oleh Gustarbrownies?	Ancaman usaha kami adalah pada kompetitor produk sejenis. Bisa dibilang di Denpasar ini ada banyak sekali penjual brownies, apalagi

		banyak juga yang banting harga, itu menjadi ancaman bagi kami.
5	Bagaimanakah strategi perusahaan untuk mempertahankan kekuatan dari Gustarbrownies?	Strategi yang kami lakukan adalah memanfaatkan sosial media sebagai media promosi saat ini. Terkadang juga kami mengadakan give away, diskon potongan harga.
6	Bagaimanakah strategi perusahaan untuk mengatasi kelemahan Gustarbrownies?	Dalam menghadapi kelemahan, kita memberikan diskon kepada pembeli di hari hari tertentu.
7	Faktor internal apa sajakah yang mempengaruhi penjualan di Gustarbrownies?	Faktor internal yang mempengaruhi ialah karyawan, sikap karyawan kepada customer juga dapat mempengaruhi loyalitas pembeli, selain itu produk juga sebagai faktor internal yang mempengaruhi penjualan, review mengenai rasa produk yang nikmat dan tidak membuat enek saat dinikmati memberikan pengaruh bagi usaha ini.
8	Faktor eksternal apa sajakah yang mempengaruhi penjualan di Gustarbrownies?	Faktor eksternal yang cukup mempengaruhi penjualan ialah kondisi ekonomi, dimana harga bahan baku yang terus meningkat, menyebabkan kami kesulitan.
9	Pemasaran dalam bentuk apa sajakah yang digunakan Gustarbrownies untuk meningkatkan penjualan?	Dari memulai usaha hingga saat ini kami menggunakan strategi pemasaran online, berawal dari whatsapp, instagram, facebook,

		kemudian kami mulai memanfaatkan shopee store, tokopedia, gofood dan grabfood.
10	Apakah permasalahan yang dialami Gustarbrownies selama usaha berjalan?	Penjualan yang tidak stabil, sering kali terjadi penurunan penjualan yang signifikan, apalagi jika tidak ada hari-hari besar atau hari raya, maka penjualan akan menurun di bandingkan bulan-bulan yang memiliki hari raya.

### WAWANCARA

Nama : Adelia Paramita

Jabatan : Bagian Pemasaran

Tanggal : 30 April 2022

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah yang menjadi kekuatan dari Gustarbrownies?	Harga produk terjangkau, sering memberikan diskon, dan give away, untuk rasa produk konsisten dan tanpa pengawet.
2	Apakah yang menjadi kelemahan dari Gustarbrownies?	Produk tidak tahan lama merupakan kelemahan dari produk kami, karena ini merupakan kue basah dan tanpa pengawet, jadi ketahanan produk hanya 7 hari.
3	Peluang apa saja yang ada atau dimiliki oleh Gustarbrownies?	Teknologi menjadi peluang bagi kami, kami bisa memanfaatkan

		teknologi untuk memasarkan produk, seperti iklan.
4	Ancaman apakah yang mungkin dihadapi oleh Gustarbrownies?	Promosi dari kompetitor yang besar-besaran menjadi ancaman bagi kami, seperti diskon 50% dari kompetitor, terkadang ada juga yang membuat promo buy 1 get 1 free. Itu menjadi ancaman bagi kami, karena hal itu mampu mengalihkan pelanggan untuk membeli produk kompetitor.
5	Bagaimanakah strategi perusahaan untuk mempertahankan kekuatan dari Gustarbrownies?	Kami meningkatkan variasi produk dan topping.
6	Bagaimanakah strategi perusahaan untuk mengatasi kelemahan Gustarbrownies?	Dalam menghadapi kelemahan seperti lokasi yang kurang strategis, kami mendaftarkan usaha kami di google bisnis, agar pembeli dapat lebih mudah menemukan titik lokasi usaha.
7	Faktor internal apa sajakah yang mempengaruhi penjualan di Gustarbrownies?	Faktor internal lokasi memberikan pengaruh, karena lokasi kami kurang strategi, tidak di pusat kota, sehingga ongkos kirim itu lumayan mahal, karena kebanyakan yang membeli produk kami itu dari lokasi yang jauh.

8	Faktor eksternal apa sajakah yang mempengaruhi penjualan di Gustarbrownies?	Faktor eksternal sosial budaya mempengaruhi penjualan kamu. Pada hari-hari raya seperti idul fitri, budaya saling mengirim oarcel atau hampers, memberikan pengaruh positif bagi usaha kami. Dimana terjadi peningkatan penjualan yang signifikan.
9	Pemasaran dalam bentuk apa sajakah yang digunakan Gustarbrownies untuk meningkatkan penjualan?	Selama ini strategi yang kami gunakan ialah membuat konten di instagram, tiktok, mengadakan give away atau games berhadiah, kami juga memanfaatkan fitur instagram ads
10	Apakah permasalahan yang dialami Gustarbrownies selama usaha berjalan?	Permasalahan yang kami alami sampai saat ini, penjualan yang tidak stabil tiap bulannya.

## WAWANCARA

Nama : Ananda Putri

Jabatan : Bagian Keuangan

Tanggal : 30 April 2022

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah yang menjadi kekuatan dari Gustarbrownies?	Cita rasa brownies yang nikmat dan konsisten merupakan kekuatan bagi usaha kami. Sering kali kami mendapatkan review positif untuk cita rasa produk kami.

2	Apakah yang menjadi kelemahan dari Gustarbrownies?	Kelemahan produk kami ialah produk pre order, dimana pembeli harus memesan terlebih dahulu, kemudian produk baru akan kami siapkan. Selain itu stock produk juga terbatas, dikarenakan keterbatasan modal, sehingga kami tidak mamou untuk menyediakan banyak stock. Seringkali di hari hari besar kami kehabisan stock, sehingga mau tidak mau kami menolak orderan tersebut.
3	Peluang apa saja yang ada atau dimiliki oleh Gustarbrownies?	Peluang yang dimiliki ialah permintaan pasar yang meningkat sering terjadi. Misalnya permintaan produk dalam jumlah banyak untuk acara ulang tahun itu merupakan peluang bagi usaha kami.
4	Ancaman apakah yang mungkin dihadapi oleh Gustarbrownies?	Untuk produk itu ancaman nya ialah mudah ditiru. Sehingga semakin banyak yang meniru, maka akan semakin banyak juga pesaing kami.
5	Bagaimanakah strategi perusahaan untuk mempertahankan kekuatan dari Gustarbrownies?	Kami senantiasa membuat inovasi terbaru, seperti brownies tower itu merupakan produk baru kami, karena banyak sekali permintaan birthday brownies, sehingga kami membuat inovasi kue ulang tahun dengan bahan dasar brownies.

6	Bagaimanakah strategi perusahaan untuk mengatasi kelemahan Gustarbrownies?	Dalam menghadapi kelemahan kami berusaha semaksimal mungkin dan secepat mungkin menyediakan pesanan pre order agar pembeli tidak menunggu terlalu lama. Dalam menghadapi kekurangan stock, kami juga berusaha meningkatkan kuantitas stock produk sedikit demi sedikit.
7	Faktor internal apa sajakah yang mempengaruhi penjualan di Gustarbrownies?	Produk merupakan faktor internal bagi usaha kami. Dengan menyediakan produk yang berkualitas dan nikmat, maka pembeli akan meriview dan membeli ulang produk kami.
8	Faktor eksternal apa sajakah yang mempengaruhi penjualan di Gustarbrownies?	Pesaing merupakan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi penjualan kami, banyaknya pesaing di sekitar lokasi usaha memberikan pengaruh terhadap gustarbrownies.
9	Pemasaran dalam bentuk apa sajakah yang digunakan Gustarbrownies untuk meningkatkan penjualan?	Pemasaran yang kami lakukan secara online, karena kami juga belum ada store offlie. Kami menggunakan whatsapp, instagram, facebook, tiktok sebagai media pemasaran.
10	Apakah permasalahan yang dialami Gustarbrownies selama usaha berjalan?	Permasalahan yang dialami ialah kenaikan harga, itu membuat kami kesulitan dalam menetapkan harga. Karena jika kami menaikkan harga, penjualan akan menrun,tapi jika tidak

		menaikkan harga, maka akan sulit untuk menjalankan usaha.
--	--	---

## WAWANCARA

Nama : Aprilia Ratna

Jabatan : Bagian Produksi

Tanggal : 30 April 2022

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah yang menjadi kekuatan dari Gustarbrownies?	Kekuatan usaha adalah harga terjangkau dan cita rasa konsisten, dan tanpa pengawet.
2	Apakah yang menjadi kelemahan dari Gustarbrownies?	Kelemahan gustarbrownies adalah produk pre order, produk tdak tahan lama, pengiriman produk yang tidak tepat waktu dikarenakan kapasitas pembuatan kami masih minim.
3	Peluang apa saja yang ada atau dimiliki oleh Gustarbrownies?	Peluang saat ini ialah perkembangan konsumi masyarakat yang kian lama meningkat, selain itu pangsa pasar yang luar dimana kami menggunakan shopee store sehingga dapat menjangkau pasar diluar pulau.
4	Ancaman apakah yang mungkin dihadapi oleh Gustarbrownies?	Acnaman saat ini ialah permainan harga dari pesaing, dimana pesaing menjual produk dengan harga miring, di masa seperti ini bahan baku meningkat menjadi ancaman besar bagi gustarbrownies.

5	Bagaimanakah strategi perusahaan untuk mempertahankan kekuatan dari Gustarbrownies?	Dalam mempertahankan kekuatan, kami berusaha semaksimal mungkin melayani pembeli dengan ramah, berusaha fast respond dan mendengarkan saran dari pembeli.
6	Bagaimanakah strategi perusahaan untuk mengatasi kelemahan Gustarbrownies?	Dalam menghadapi kelemahan, kami berusaha semaksimal mungkin mengerjakan pesanan dengan cepat, tanpa mengurangi kualitas produk. Agar pengiriman tepat waktu.
7	Faktor internal apa sajakah yang mempengaruhi penjualan di Gustarbrownies?	Lokasi merupakan faktor yang mempengaruhi usaha, terkadang pembeli membatalkan pesannya karena lokasi kami yang jauh dari pusat kota, tidak strategis dan ongkos kirim menjadi mahal menyebabkan beberapa pembeli membatalkan pesannya.
8	Faktor eksternal apa sajakah yang mempengaruhi penjualan di Gustarbrownies?	Harga bahan baku meningkat, sangat mempengaruhi usaha Gustarbrownies.
9	Pemasaran dalam bentuk apa sajakah yang digunakan Gustarbrownies untuk meningkatkan penjualan?	Sampai saat ini kami menggunakan strategi pemasaran dengan media sosial yaitu instagram, tiktok, facebook, whatsapp.
10	Apakah permasalahan yang dialami Gustarbrownies selama usaha berjalan?	Permasalahan yang dialami ialah, penjualan yang sering menurun drastis apabila tidak ada perayaan hari-hari besar.

## WAWANCARA

Nama : Yulia Rossa

Jabatan : Admin

Tanggal : 30 April 2022

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah yang menjadi kekuatan dari Gustarbrownies?	Harga brownies terjangkau, pelayanan yang ramah, rasa brownies yang nikmat
2	Apakah yang menjadi kelemahan dari Gustarbrownies?	Stock produk terbatas, produk pre order, lokasi usaha yang kurang strategis.
3	Peluang apa saja yang ada atau dimiliki oleh Gustarbrownies?	Peluang pesanan meningkat di hari raya karena pesanan parcel atau hampers raya.
4	Ancaman apakah yang mungkin dihadapi oleh Gustarbrownies?	Sampai saat ini ancaman yang kami hadapi ialah banyaknya kompetitor produk sejenis.
5	Bagaimanakah strategi perusahaan untuk mempertahankan kekuatan dari Gustarbrownies?	Kami lakukan dengan memberikan diskon akhir bulan, kami membuat games berhadiah untuk menarik interaksi pembeli, dan give away.
6	Bagaimanakah strategi perusahaan untuk mengatasi kelemahan Gustarbrownies?	Kami berusaha melayani dengan cepat dan tanggap, berusaha seramah mungkin, dan mendengarkan kritik maupun saran dari pembeli.

7	Faktor internal apa sajakah yang mempengaruhi penjualan di Gustarbrownies?	Lokasi yang kurang strategis, sikap staff kepada pembeli dapat mempengaruhi penjualan usaha.
8	Faktor eksternal apa sajakah yang mempengaruhi penjualan di Gustarbrownies?	Saat ini faktor eksternal yang mempengaruhi ialah persaingan yang ketat, teknologi yang semakin canggih memberikan pengaruh kepada usaha.
9	Pemasaran dalam bentuk apa sajakah yang digunakan Gustarbrownies untuk meningkatkan penjualan?	Pemasaran dalam bentuk konten story telling kami lakukan di tiktok dan instagram, pemasaran di shopee store, gofood, grabfood, whatsapp dan instagram.
10	Apakah permasalahan yang dialami Gustarbrownies selama usaha berjalan?	Permasalahan yang masih terjadi sampai saat ini ialah penjualan yang tidak stabil dari bulan ke bulan. Terkadang meningkat drastis, kemudian menurun drastis.

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

### **Lampiran 3 Instrumen Kuisisioner**

#### **KUISISIONER PENELITIAN**

#### **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM GUSTARBROWNIES**

Dengan Hormat,

Perkenalkan saya Gusti Ayu Made Puspa Satya Dewi mahasiswi Politeknik Negeri Bali sedang melakukan penelitian (Skripsi) dengan Judul "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Gustarbrownies". Oleh karena itu dibutuhkan dukungan dari teman-teman untuk meluangkan waktu mengisi kuisisioner ini dengan sejujurnya. Semua informasi yang diberikan akan dirahasiakan dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis. Terima kasih atas dukungan dan partisipasi teman-teman dalam pengisian kuisisioner ini.

Nama Responen :

Jenis Kelamin :

Umur :

Status :

Keterangan :

Setiap responden hanya diberi kesempatan memilih 1 (satu) jawaban.

1 = Sangat Tidak Setuju (STJ)

2 = Kurang Setuju (KS)

3 = Netral (N)

4= Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

### KUISIOER PENELITIAN

FAKTOR-FAKTOR STRATEGI INTERNAL		PENILAIAN				
No	Strengths (S)	STJ	KS	N	S	SS
1	Kualitas Produk Terjamin Tanpa Pengawet					
2	Harga Produk Terjangkau					
3	Produk Fresh Setiap Hari					
4	Rasa Produk Konsisten					
5	Banyak Variasi Topping dan Produk					
<b>No</b>	<b>Weaknesses (W)</b>					
1	Lokasi Usaha Kurang Strategis					
2	Produk Pre Order					
3	Produk Tidak Tahan Lama					
4	Stock Produk Terbatas					
5	Pengiriman Produk Tidak Tepat Waktu					
<b>No</b>	<b>Opportunities (O)</b>					
1	Permintaan Pasar Meningkat					
2	Perkembangan Teknologi Untuk Promosi					
3	Perkembangan Konsumsi Masyarakat					
4	Luasnya Pangsa Pasar					
5	Hari Raya / Hari Besar					
<b>No</b>	<b>Threats (T)</b>					
1	Harga Bahan Baku Meningkat					
2	Permainan Harga dari Pesaing					
3	Promosi Pesaing Yang Lebih Maksimal					
4	Banyak Kompetitor Produk Sejenis					
5	Produk Dapat Ditiru					

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA  
 POLITEKNIK NEGERI BALI

## Kuisisioner Google Form

### KUISISIONER PENELITIAN GUSTARBROWNIE S

Dengan Hormat,  
Perkenalkan saya Gusti Ayu Made Puspa Satya Dewi mahasiswi Politeknik Negeri Bali sedang melakukan penelitian (Skripsi) dengan Judul "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Gustarbrownies". Oleh karena itu dibutuhkan dukungan dari teman-teman untuk meluangkan waktu mengisi kuisisioner ini dengan sejujurnya. Semua informasi yang diberikan akan dirahasiakan dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis. Terima kasih atas dukungan dan partisipasi teman-teman dalam pengisian kuisisioner ini

 [puspasatya98@gmail.com](mailto:puspasatya98@gmail.com)  
(tidak dibagikan) Ganti akun



\* Wajib

Nama \*

Jawaban Anda

Jenis Kelamin \*

- Laki-Laki  
 Perempuan

Umur \*

- 12 - 18 Tahun  
 19 - 25 Tahun  
 26 - 32 Tahun  
 > 33 Tahun

Status \*

- Pejalar / Mahasiswa  
 Sudah Bekerja

Berikutnya

Kosongkan formulir

#### Kekuatan / Kelebihan (Strength) Gustarbrownies

Setiap responden hanya diberi kesempatan memilih 1 (satu) jawaban.

- 1 = Sangat Tidak Setuju  
2 = Kurang Setuju  
3 = Netral  
4 = Setuju  
5 = Sangat Setuju

Kualitas Produk Terjamin Tanpa Pengawet \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

Harga Produk Terjangkau \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

Produk Fresh Setiap Hari \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

Rasa Produk Konsisten \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

Banyak Variasi Topping Dan Produk \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

Kembali

Berikutnya

#### Kekurangan / Kelemahan (Weakness) Gustarbrownies

Setiap responden hanya diberi kesempatan memilih 1 (satu) jawaban.

- 1 = Sangat Tidak Setuju  
2 = Kurang Setuju  
3 = Netral  
4 = Setuju  
5 = Sangat Setuju

Lokasi Usaha Kurang Strategis \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

Produk Pre Order \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

Produk Tidak Tahan Lama \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

Stock Produk Terbatas \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

Pengiriman Produk Tidak Tepat Waktu \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

Kembali

Berikutnya

**Peluang (Opportunity)  
Gustarbrownies**

Setiap responden hanya diberi kesempatan memilih 1 (satu) jawaban.

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Kurang Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

**Permintaan Pasar Meningkat \***

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

**Perkembangan Teknologi Untuk Promosi \***

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

**Perkembangan Konsumsi Masyarakat \***

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

**Luasnya Pangsa Pasar \***

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

**Hari Raya / Hari-Hari Besar \***

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

[Kembali](#)

[Berikutnya](#)

**Tantangan / Ancaman (Threat)  
Gustarbrownies**

Setiap responden hanya diberi kesempatan memilih 1 (satu) jawaban.

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Kurang Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

**Harga Bahan Baku Meningkat \***

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

**Permainan Harga Dari Pesaing \***

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

**Promosi Pesaing Yang Lebih Maksimal \***

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

**Banyak Kompetitor Produk Sejenis \***

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

**Produk Dapat Ditiru \***

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

[Kembali](#)

[Kirim](#)

[Kosongkan  
formulir](#)

#### Lampiran 4 Dokumentasi



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

gustarbrownies

186 Postingan 3.389 Pengikut 114 Mengikuti

**FUDGY BROWNIES DENPASAR**  
 "Sweetness gives joy"  
 100% HOMEMADE 🍪  
 Ambil Kerumah/Gosend 📦  
 Denpasar Barat, Bali selengkapnya  
[linktr.ee/Gustarbrownies](http://linktr.ee/Gustarbrownies)  
 Lihat Terjemahan

Diikuti oleh anandaapuspa\_, yuliarossaa, dan 33 lainnya

Mengikuti Pesan Hubungi

GAMES PRICELIST Gita Karina... Brownies Bite Tag Us

gustarbrownies

Half Size

Laksmi

Lotus Biscoff Spread and Crumbs

Giveaway Brownies Bite

Brownies Bite with Nutella and Oreos

Nutella Kicker

Which is your Favorite?

Brownies Bite

Cadbury Oreos

🔴 Tutup • Cek lagi nanti

# Gustarbrownies

👍 Super Partner Sweets, Jajanan

★ Baru Rating resto | 📍 0.00 km Jarak | 💰💰💰💰 40rb-100rb

 **Pesan antar** Ganti

Diantar dalam 28 min

 **Ada 5 promo nganggur** ➔

- 🚫 Diskon ongkir s.d. 7rb.
- 🚫 Diskon ongkir s.d. 5rb.

## Recommended



**Dynamit Mix Brownies** **Almond Brownies**  
 68.000 Menu <sup>00</sup>

Tambah  Tambah

← 🔍 Gustarbrownies 🔽 Filter



**Gustarbrownies** >

Aktif 1 jam lalu

+ Ikuti

💬 Chat

4.9/5.0  
Dari Pembeli

671  
Pengikut

53%  
Performa chat

Toko      Produk      Kategori





**Gustar**  
*"Sweetness gives joy"*

**TERIMA PESANAN**  
JUMLAH BANYAK



ADMINISTRASI NIAGA  
K NEGERI BALI



**Gustarbrownies - Padangsambia...**

<0.1km  
Diantar

FAVORITBARU 30%

Restoran sedang tutup dan akan buka kembali pada jam 7 Aug, 07:00. Klik untuk melihat restoran serupa yang buka saat ini.

**BROWNIES FUDGY**



DYNAMITE WITH CHOCO CRUNCH

68.000

Tidak tersedia



CHOCOCHIPS FUDGY BROWNIES

68.000



**Gustarbrownies**

Terakhir Online 4 Jul • Kota Denpasar

5.0  
Rating & Ulasan

± 40 menit  
Pesanan diproses

Buka 24 jam  
Jam operasi toko



**Produk yang menarik perhatianmu**



NUTELLA LOTUS BISCOFF FUDGY ...  
**Rp 85.000**

+ Keranjang



Dynamite Mix Fudgy Brownies / ...  
**Rp 65.000**

5 | Terjual 1

+ Keranjang

**Semua Produk**

Filter

Urutkan

Etalase Toko

7 Produk

Tampilan



NEUTRAL BALI

## Lampiran 5 Hasil Tabulasi dan Data Kuisisioner

### a. Hasil Identitas Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Status
1	Jessica	Perempuan	19 - 25 Tahun	Pejalar / Mahasiswa
2	Lita	Perempuan	26 - 32 Tahun	Sudah Bekerja
3	Sintya Putri	Perempuan	12 - 18 Tahun	Pejalar / Mahasiswa
4	Ima	Perempuan	26 - 32 Tahun	Sudah Bekerja
5	Yunda Purnama	Perempuan	26 - 32 Tahun	Sudah Bekerja
6	Yasinta	Perempuan	26 - 32 Tahun	Sudah Bekerja
7	Joice	Perempuan	> 33 Tahun	Sudah Bekerja
8	Ni Made Dwi Yuniawati	Perempuan	> 33 Tahun	Sudah Bekerja
9	Lenny	Perempuan	> 33 Tahun	Sudah Bekerja
10	Anggi	Perempuan	26 - 32 Tahun	Sudah Bekerja
11	Heny	Perempuan	26 - 32 Tahun	Sudah Bekerja
12	Kaysha	Perempuan	12 - 18 Tahun	Pejalar / Mahasiswa
13	Ani Rustiningsih	Perempuan	> 33 Tahun	Sudah Bekerja
14	Ni Komang Sutriyasih	Perempuan	19 - 25 Tahun	Pejalar / Mahasiswa
15	Ni Nyoman Rina Permata Sari	Perempuan	19 - 25 Tahun	Sudah Bekerja
16	I Gusti Ayu Made Suci Astika Dewi	Perempuan	26 - 32 Tahun	Sudah Bekerja
17	Dian purnama	Perempuan	26 - 32 Tahun	Sudah Bekerja
18	Ni Putu Ayu Tiah Mutiara Sari	Perempuan	19 - 25 Tahun	Pejalar / Mahasiswa
19	Kadek Desi Muniawati	Perempuan	> 33 Tahun	Sudah Bekerja
20	Ida Ayu Gede Oktarini	Perempuan	> 33 Tahun	Sudah Bekerja

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

**b. Hasil Kuisisioner Pembobotan Indikator Internal dan Eksternal**

**TABULASI DATA KUISISIONER**

RESPONDEN	INDIKATOR INTERNAL										INDIKATOR EKSTERNAL									
	STRENGTH					WEAKNESSES					OPPORTUNITIES					THREAT				
	S.1	S.2	S.3	S.4	S.5	W.1	W.2	W.3	W.4	W.5	O.1	O.2	O.3	O.4	O.5	T.1	T.2	T.3	T.4	T.5
R1	5	5	5	5	5	5	4	4	3	1	4	5	4	4	5	4	3	2	2	2
R2	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3
R3	5	5	5	5	5	2	1	1	1	1	5	5	5	5	5	3	3	4	4	2
R4	4	5	5	5	4	4	3	2	3	2	4	4	5	4	5	5	3	3	5	4
R5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R6	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
R7	5	5	5	5	5	4	4	3	5	1	5	5	5	5	5	5	4	4	4	2
R8	5	5	5	5	5	3	4	2	2	2	5	4	4	4	4	4	4	3	5	3
R9	5	5	5	5	5	2	4	4	1	1	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
R10	5	5	5	5	5	4	5	5	4	1	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
R11	4	5	4	4	4	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
R12	4	4	5	5	4	3	4	4	3	1	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
R13	5	5	5	5	5	2	4	3	2	1	5	5	4	5	5	2	2	4	4	1
R14	5	5	5	5	5	3	2	1	1	1	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5
R15	5	5	5	5	5	4	5	2	1	1	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
R16	5	5	5	4	5	2	4	2	4	1	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5
R17	5	5	5	5	5	3	4	5	2	1	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5
R18	5	5	5	5	5	1	5	1	2	1	5	5	5	4	5	4	4	2	4	3
R19	5	4	4	5	5	3	3	4	3	3	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4
R20	4	4	4	4	4	1	4	1	2	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3
RATA-RATA	4,75	4,75	4,75	4,80	4,70	3,00	3,75	2,90	2,70	1,80	4,40	4,45	4,35	4,30	4,55	4,00	3,90	3,70	4,10	3,60

**c. Hasil Pengolahan Analisis Data**

	FAKTOR-FAKTOR STRATEGI INTERNAL	RATA-RATA	BOBOT	RATING	SKOR
<b>Strengths (S)</b>					
S1	Kualitas Produk Terjamin Tanpa Pengawet	4,75	0,13	3	0,38
S2	Harga Produk Terjangkau	4,75	0,13	2	0,25
S3	Produk Fresh Setiap Hari	4,75	0,13	4	0,50
S4	Rasa Produk Konsisten	4,8	0,13	4	0,51
S5	Banyak Variasi Topping dan Produk	4,7	0,12	2	0,25
					<b>1,88</b>
<b>Weaknesses (W)</b>					
W1	Lokasi Usaha Kurang Strategis	3	0,08	2	0,16
W2	Produk Pre Order	3,75	0,10	1	0,10
W3	Produk Tidak Tahan Lama	2,9	0,08	2	0,15
W4	Stock Produk Terbatas	2,7	0,07	2	0,14
W5	Pengiriman Produk Tidak Tepat Waktu	1,8	0,05	2	0,09
					<b>0,65</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>37,9</b>	<b>1,00</b>		<b>2,53</b>

	FAKTOR-FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL	RATA-RATA	BOBOT	RATING	SKOR
<b>Opportunities (O)</b>					
O1	Permintaan Pasar Meningkat	4,4	0,11	3	0,32
O2	Perkembangan Teknologi Untuk Promosi	4,45	0,11	3,5	0,38
O3	Perkembangan Konsumsi Masyarakat	4,35	0,11	2,5	0,26
O4	Luasnya Pangsa Pasar	4,3	0,10	3	0,31
O5	Hari Raya / Hari Besar	4,55	0,11	3,5	0,39
					<b>1,66</b>
<b>Threats (T)</b>					
T1	Harga Bahan Baku Meningkat	4	0,10	1	0,10
T2	Permainan Harga dari Pesaing	3,9	0,09	2	0,19
T3	Promosi Pesaing Yang Lebih Maksimal	3,7	0,09	2	0,18
T4	Banyak Kompetitor Produk Sejenis	4,1	0,10	1	0,10
T5	Produk Dapat Ditiru	3,6	0,09	2	0,17
					<b>0,74</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>41,35</b>	<b>1,00</b>		<b>2,39</b>

## Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup Peneliti

### BIODATA PENELITI

Nama : Gusti Ayu Made Puspa Satya Dewi

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat Tanggal Lahir : Bajera, 18 Juni 2001

Alamat Rumah : Jl. Serma Arda No 9 Bajera, Selemadeg, Tabanan,

Bali

NIM : 1815744026

Kelas : 8E MBI



Badung, 20 Juli 2022

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA  
Gusti Ayu Made Puspa Satya Dewi  
POLITEKNIK NEGERI BALI