



**ANALISIS STRATEGI *MARKETING* DALAM  
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UMKM DI ERA  
COVID-19  
(STUDI KASUS KOPI KATAKITA DI BEKASI)**

**SKRIPSI**

**MUHAMMAD HAZZA GHAZALI 1810111253**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2022**



**ANALISIS STRATEGI *MARKETING* DALAM  
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UMKM DI ERA  
COVID-19  
(STUDI KASUS KOPI KATAKITA DI BEKASI)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**MUHAMMAD HAZZA GHAZALI**

**1810111253**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2022**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

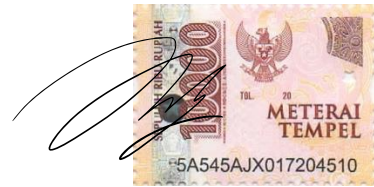
Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Muhammad Hazza Ghazali

NIM : 1810111253

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan persyaratan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 21 Juni 2022



Muhammad Hazza Ghazali

# PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

## UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Hazza Ghazali  
NIM : 1810111253  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas Skripsi saya yang berjudul :

### **Analisis Strategi Marketing UMKM Dalam Meningkatkan Penjualan di Era Covid-19 (Studi Kasus Kopi KataKita di Bekasi)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formalkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data, saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Bekasi  
Pada Tanggal : 21 Juli 2022

Yang Menyatakan, materai



Muhammad Hazza Ghazali

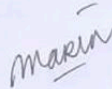
**SKRIPSI**

**ANALISIS STRATEGI *MARKETING* DALAM  
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UMKM DI ERA  
COVID-19  
(STUDI KASUS KOPI KATAKITA DI BEKASI)**

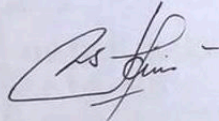
**Dipersiapkan dan disusun oleh :**

**MUHAMMAD HAZZA GHAZALI 1810111253**

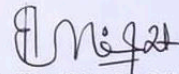
**Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal 5 Juli 2022  
dan telah dinyatakan memenuhi syarat yang diterima**



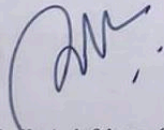
**Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA., CWM**  
Ketua Penguji



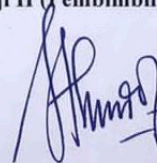
**Rosali Sembiring Colia, SE, MM**  
Penguji I



**Dra. Heni Nastiti, MM**  
Penguji II (Pembimbing)



**Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS**  
Dekan



**Siti Hidayati, SE., MM**  
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 15 Juli 2022

**INTERNAL MARKETING STRATEGY ANALYSIS  
INCREASING SALES TO MSMEs IN THE ERA  
COVID-19  
(CASE STUDY OF KATAKITA COFFEE IN BEKASI)**

***By Muhammad Hazza Ghazali***

***Abstract***

*This study aims to identify and analyze MSME marketing strategies in increasing sales in the era of the covid-19 pandemic at Kopi KataKita MSMEs in Bekasi. This research method uses descriptive qualitative method with 6 informants. where the researcher is the main instrument of the data collection technique carried out by trigulation (combined), the data analysis is inductive/qualitative, and the results of qualitative research emphasize meaning rather than generalization. The research was conducted by interviewing then observation and documentation and combining it with the 4P marketing mix theory. The results showed that the use of the marketing mix on Kopi KataKita in increasing sales got positive results where the product, price, promotion, and distribution strategies were deemed appropriate or attracted the interest of customers.*

***Keywords:*** *Sales Increase, MSMEs, Covid-19 Pandemic*

**ANALISIS STRATEGI MARKETING DALAM  
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UMKM DI ERA  
COVID-19  
(STUDI KASUS KOPI KATAKITA DI BEKASI)**

**Oleh Muhammad Hazza Ghazali**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi marketing UMKM dalam meningkatkan penjualan di era pandemi covid-19 pada UMKM Kopi KataKita di Bekasi. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan 6 informan. dimana peneliti adalah instrumen utama dari teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan trigulasi (digabungkan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Penelitian dilakukan dengan wawancara kemudian observasi dan dokumentasi dan menggabungkan dengan teori bauran pemasaran 4P. hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan bauran pemasaran pada Kopi KataKita dalam meningkatkan penjualan mendapatkan hasil yang positif dimana strategi produk, harga, promosi, dan distribusi dirasa cukup sesuai atau menarik minat dari pelanggan.

**Kata Kunci** : Peningkatan Penjualan, UMKM, Pandemi Covid-19



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856  
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : [puskom@upnvj.ac.id](mailto:puskom@upnvj.ac.id)

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2021/2022

Hari ini Selasa, tanggal 05 Juli 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : MUHAMMAD HAZZA GHAZALI

No.Pokok Mahasiswa : 1810111253

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**Analisis Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Umkm Di Eracovid-19 (Studi Kasus Kopi Katakita Di Bekasi)**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus \**

#### Penguii

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S, MBA, CWM	Ketua	1.
2	Rosali, SE, MM	Anggota I	2.
3	Dra. Heni Nastiti, MM	Anggota II **)	3.

#### Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 05 Juli 2022  
Mengesahkan  
A.n. DEKAN  
Kaprod. Manajemen S.1

Siti Hidayat, SE, MM.



## PRAKATA


Segala Puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena telah melimpahkan kasih dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Marketing UMKM Dalam Meningkatkan Penjualan di Era Covid-19 (Studi Pada Kopi KataKita)” dapat diselesaikan. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi S1 Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah membantu dan mendukung penulisan skripsi ini. Pihak-pihak tersebut adalah Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku Dekan FEB, Ibu Dr. Desmintari SE, MM selaku ketua jurusan Manajemen, Ibu Siti Hidayati, SE, MM selaku Kaprodi S1 Manajemen serta Ibu Dra. Heni Nastiti, MM selaku dosen pembimbing saya yang telah memberikan banyak dukungan, para dose dan tenaga administrasi FEB UPN Veteran Jakarta.

Ucapan terima kasih juga peneliti sampaikan kepada kedua orang tua, seluruh keluarga, Aurellia Novia Putri selaku kekasih yang selalu memberi dukungan, serta teman teman yang selalu menemani, memberi arahan, membantu, serta menyemangati untuk mengerjakan skripsi ini. Ucapan terima kasih juga saya ucapkan kepada Kopi KataKita karena bersedia untuk diwawancara sebagai objek penelitian kali ini.

Demikian yang dapat peneliti sampaikan, peneliti menerima segala kritik, masukan, dan saran yang membangun dan dapat dijadikan sebagai masukan dalam usulan penelitian ini. Peneliti mohon maaf apabila terdapat kekurangan dan menyadari bahwa penelitian ini masih belum sempurna.

Jakarta, 21 Juni 2022

  
Muhammad Hazza Ghazali

## DAFTAR ISI

<i>Cover</i> .....	<i>i</i>
<b>Halaman Pengesahan</b> .....	<b>iii</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>vi</b>
<b>Abstrak</b> .....	<b>v</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Fokus Penelitian.....	7
I.3 Perumusan Masalah .....	8
I.4 Tujuan Penelitian .....	8
I.5 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
II.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	10
II.2 Landasan Teori .....	27
II.5 Kerangka Konseptual.....	41
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>42</b>
III.1 Metode Penelitian.....	42
III.2 Lokasi Penelitian .....	42
III.3 Objek, Subjek Penelitian, dan Sumber Data .....	42
III.4 Teknik Pengumpulan Data.....	43
III.5 Teknik Validasi Data .....	49

III.6 Teknik Analisa Data .....	50
III.7 Riset Desain .....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>52</b>
IV.1 Gambaran Obyek Penelitian .....	52
IV.2 Proses Wawancara .....	53
IV.3 Observasi .....	59
IV.4 Dokumentasi .....	60
<b>BAB V ANALISIS PEMBAHASAN .....</b>	<b>63</b>
V.1 Analisis Data .....	63
V.2 Analisis Bauran Pemasaran.....	74
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>80</b>
VI.1 Simpulan .....	80
VI.2 Keterbatasan.....	81
VI.3 Saran.....	81
<b><i>DAFTAR PUSTAKA</i>.....</b>	<b>83</b>
<b>Lampiran-Lampiran.....</b>	<b>84</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 2. Kuesioner Informan internal Kopi KataKita.....	35
Tabel 3. Kuesioner Informan Eksternal Kopi KataKita.....	36
Tabel 4. Daftar Kegiatan Observasi.....	37
Tabel 5. Nama dan Waktu Wawancara Kepada Informan .....	39

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Produksi Kopi Dalam Negeri.....	4
Gambar 2. Grafik Pembagian Berdasarkan Wilayah.....	5
Gambar 3. Logo Kopi KataKita.....	6
Gambar 4. Triangulasi Sumber Pengumpulan Data.....	37
Gambar 5. Foto Keadaan Kopi KataKita.....	60
Gambar 6. Keadaan Kopi KataKita 1.....	61
Gambar 7. Keadaan Kopi KataKita 2.....	61
Gambar 8. Keadaan Kopi KataKita 3.....	62
Gambar 6. Instagram Kopi KataKita.....	69
Gambar 7. Menu GoFood Kopi KataKita.....	70
Gambar 8. Lokasi Kopi KataKita.....	71
Gambar 9. Gerobak Kopi KataKita.....	73
Gambar 10. Menu Kopi KataKita.....	74

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara.....	78
Lampiran 2. Hasil Turnitin.....	96