

SKRIPSI NON RISET

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN EFEKTIVITAS
PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN
KERIPIK TEMPE KRIUK PADA MITRA BISNIS UMKM KERIPIK
TEMPE COKRO SNACK**



Oleh :

**Windi Astriani
NIM 20210209030**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS SOSIAL, EKONOMI, DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA PURWOKERTO
PURWOKERTO**

2025

SKRIPSI NON RISET

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN EFEKTIVITAS
PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN
KERIPIK TEMPE KRIUK PADA MITRA BISNIS UMKM KERIPIK
TEMPE COKRO SNACK**



Oleh :

**Windi Astriani
NIM 20210209030**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Akuntansi pada Fakultas Sosial, Ekonomi, dan Humaniora Universitas Nahdlatul
Ulama Purwokerto

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS SOSIAL, EKONOMI, DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA PURWOKERTO
PURWOKERTO
2025**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI NON RISET

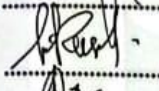
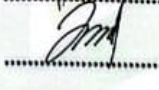
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN EFEKTIVITAS PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN KERIPIK TEMPE KRIUK PADA MITRA BISNIS UMKM KERIPIK TEMPE COKRO SNACK

Oleh :

Windi Astriani
NIM 20210209030

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Akuntansi
Fakultas Sosial, Ekonomi dan Humaniora, Universitas Nahdlatul Ulama
Purwokerto pada tanggal 16 Juni 2025

Tim Penguji :

Nama/Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Drs. Saras Supeno, M.Si., Ak., CA (Pembimbing I)		17/6/25
Laila Rossana, M.Pd. (Pembimbing II)		17/6/25
Riztina Dwi Setyasih, S.Akun., M.Ak (Penguji I)		17/6/25
Tiyas Ayuningrum Anggita Putri Perdani, S.Pd., M.Ak (Penguji II)		17/6/25

Mengetahui :

Dekan,



Dr. Sugeng Riyadi, S.H., M.H
NPP.197511202017071002

PERNYATAAN

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

Purwokerto, Juni 2025

Yang menyatakan,



Windi Astriani

NIM 20210209030

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas karunia-Nya, sehingga penulisan skripsi ini yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Dan Efektivitas Pemasaran Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Keripik Tempe Kriuk Pada Mitra Bisnis UMKM Keripik Tempe Cokro Snack” berhasil diselesaikan. Penulisan tugas akhir magang ini tidak lepas dari bantuan banyak pihak. Oleh karena itu, perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. H. Achmad Iqbal, M.Si selaku Rektor Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto.
2. Dr. Sugeng Riyadi, S.H., M.H dan Bapak Chamid Sutikno, S.IP., M.Si selaku Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Sosial, Ekonomi, dan Humaniora Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto.
3. Sania Ferika, S.E., M.Ak., Ak., CA selaku Koordinator Program Studi Akuntansi Fakultas Sosial, Ekonomi, dan Humaniora Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto.
4. Drs. Saras Supeno, M.Si., Ak.,CA selaku Dosen Pembimbing Skripsi 1 dan Laila Rossana, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing Skripsi 2 yang telah senantiasa membimbing, memberikan saran, dan nasihat dalam penulisan skripsi.
5. Segenap dosen Program Studi Akuntansi Fakultas Sosial, Ekonomi, dan Humaniora Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto yang telah mengajarkan dan membekali ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan jenjang Strata 1 (S1) dengan baik.
6. Para dosen, staf, dan civitas akademika Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto.
7. Kepada pelaku UMKM Keripik Tempe Kriuk di Kabupaten Purwokerto yang telah membantu penulis dalam mewawancari penelitian, sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini dengan baik. Semoga senantiasa dalam lindungan Allah SWT.

8. Kedua orang tuaku tercinta dan terkasih, Bapak Isdi dan Ibu Yatmi serta kakakku Ikma Imawan dan adikku tersayang Yoga Adi Saputra yang senantiasa mendoakan dan memberikan cinta dan kasih sayang yang tak terkira. Semoga sehat, bahagia, dan senantiasa dalam lindungan Allah SWT.
9. Segenap keluarga besar yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan yang sangat berharga dan tak terkira. Semoga sehat, bahagia, dan senantiasa dalam lindungan Allah SWT.
10. Untuk seluruh sahabat, teman-teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu dan sumber semangat yang begitu istimewa yang juga tidak bisa penulis sebutkan yang turut andil dalam penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa bahagia dan kebaikan kalian dibalas oleh Allah SWT.
11. Terakhir terimakasih untuk diri sendiri yang tidak pantang menyerah sesulit apapun rintangan kuliah ataupun proses penyusunan skripsi, terimakasih diriku semoga tetap rendah hati, ini baru awal dari permulaan hidup tetap semangat kamu pasti bisa.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih kurang sempurna. Meskipun demikian, penulis harap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang memerlukannya.

Purwokerto, Juni 2025

Windi Astriani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
RINGKASAN	xi
SUMMARY	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Teori Pemangku Kepentingan (<i>Stakeholder Theory</i>)	8
2.1.1 Kinerja Pemasaran	9
2.1.2 Strategi Pemasaran.....	10
2.1.3 Efektivitas Pemasaran.....	12
BAB III METODE PENELITIAN	15
3.1 Jenis Penelitian.....	15
3.2 Fokus penelitian	15
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	15

3.4 Sumber Data.....	16
3.5 Pengumpulan Data	16
3.6 Teknik Analisis Data.....	17
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	19
4.1 Hasil Penelitian	19
4.1.1 Sejarah Perusahaan Mitra Bisnis Cokro <i>Snack</i>	19
4.1.2 Tujuan Perusahaan	20
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	20
4.1.4 Penerapan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Keripik Tempe Kriuk.....	25
4.1.5 Efektivitas Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Keripik Tempe Kriuk.....	34
4.2 Pembahasan.....	41
4.2.1 Penerapan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Keripik Tempe Kriuk.....	41
4.2.2 Efektivitas Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Keripik Tempe Kriuk.....	42
BAB V PENUTUP.....	45
5.1 Kesimpulan.....	45
5.2 Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA.....	47
LAMPIRAN	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	13
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Keripik Tempe Cokro	20



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara.....	52
Lampiran 2. Dokumentasi Wawancara	61
Lampiran 3 Kondisi Kerja Mitra Cokro Snack.....	62
Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup	63



RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran dan efektivitasnya dalam meningkatkan kinerja pemasaran produk keripik tempe kriuk pada UMKM Cokro Snack di Kabupaten Banyumas. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi, dan observasi. Fokus penelitian mencakup penerapan strategi pemasaran yang terdiri dari bauran pemasaran (produk, harga, tempat, dan promosi), efektivitas strategi yang digunakan, serta tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan UMKM Cokro Snack cukup efektif, terutama melalui pendekatan reseller dan promosi online seperti WhatsApp dan Instagram. Strategi penetapan harga berbasis HPP dan distribusi produk ke pasar lokal serta minimarket juga mendukung peningkatan penjualan. Meskipun demikian, terdapat tantangan dalam hal keterbatasan sumber daya manusia dan pemanfaatan teknologi digital secara optimal.

Penelitian ini merekomendasikan penguatan strategi digital marketing, pemanfaatan marketplace seperti Shopee dan TikTok Shop, serta peningkatan kolaborasi dengan mitra bisnis untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi strategis bagi pelaku UMKM lainnya dalam mengembangkan usahanya secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Efektivitas Pemasaran, Kinerja Pemasaran, UMKM, Keripik Tempe.

SUMMARY

This study aims to analyze marketing strategies and their effectiveness in improving the marketing performance of "keripik tempe kriuk" at the Cokro Snack MSME in Banyumas Regency. A descriptive qualitative approach was used, with data collected through interviews, documentation, and observation. The research focuses on the application of marketing strategies including the marketing mix (product, price, place, and promotion), the effectiveness of these strategies, and the challenges faced in implementation.

The findings show that the marketing strategies adopted by Cokro Snack are relatively effective, especially through the use of resellers and online promotions such as WhatsApp and Instagram. Pricing strategies based on cost of goods sold (COGS) and product distribution to local markets and minimarkets also support increased sales. However, challenges remain, particularly in human resource limitations and suboptimal use of digital technology.

The study recommends strengthening digital marketing strategies, leveraging marketplaces such as Shopee and TikTok Shop, and enhancing collaboration with business partners to expand market reach. These findings are expected to serve as strategic insights for other MSMEs to sustainably grow their businesses.

Keywords: *Marketing Strategy, Marketing Effectiveness, Marketing Performance, MSMEs, Tempe Chips*