

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN 7P
STUDI PADA KAMPUNG SEPATU TAMBAK
OSOWILANGUN SURABAYA**



Diajukan Oleh:

ACHMAD ROSYID

NIM: 2017020026

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS GRESIK

GRESIK

2024

SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN 7P (STUDI PADA KAMPUNG SEPATU TAMBAK OSOWILANGUN SURABAYA)



Diajukan Oleh :

ACHMAD ROSYID

NIM: 2017020026

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS GRESIK

GRESIK

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

STRATEGI PEMASARAN 7P PADA KAMPUNG SEPATU TAMBAK OSOWILANGUN SURABAYA

Diajukan Oleh :

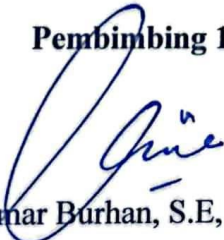
Achmad Rosyid
NIM: 2017020026

Skripsi Telah Disetujui Untuk Diujikan Pada Tanggal

12 Juli 2024


Oleh :

Pembimbing 1



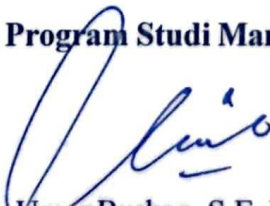
Umar Burhan, S.E, M.M
NIDN 0718058006

Pembimbing 2



Dr. Suharto, M.M
NIDN 8907170023

Ketua Program Studi Manajemen



a.n. Umar Burhan, S.E, M.M
NIDN 0718058006

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran 7P Pada Kampung Sepatu Tambak
Osowilangun Surabaya

Nama Mahasiswa : Achmad Rosyid

NIM : 2017020026

Telah dipertahankan / diuji dihadapan Tim Penguji

Pada Tanggal : 12 Juli 2024

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GRESK

Tahun Ajaran 2023 / 2024

TIM PENGUJI

1. **Umar Burhan, S.E, M.M**

NIDN. 0718058006

1.....


2. **Dr. Suharto, M.M**

NIDN. 8907170023

2.....


3. **Mochamad Syafii, S.E.,M.M**

NIDN.0729018305

3.....


Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi




Umar Burhan, S.E, M.M

NIDN. 0718058006

PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Achmad Rosyid

NIM : 2017020026

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen Jenjang (S-1)

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran 7P (Produk, Harga, Promosi, Tempat, Orang, Proses, Bukti Fisik) Pada Kampung Sepatu Tambak Osowilangun Surabaya

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan unsur-unsur plagiasi saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh **DIBATALKAN**, serta diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Gresik. 5 April 2024



Achmad Rosyid 2017020026

***7P MARKETING STRATEGY ANALYSIS (PRODUCT, PRICE,
PROMOTION, PLACE, PEOPLE, PROCESS, PHYSICAL EVIDENCE)
STUDY IN TAMBAK OSOWILANGUN SURABAYA***

Achmad Rosyid

Study Managemen, Faculty Of Economics, Gresik University

ABSTRACT

This research aims to examine and describe the 7P marketing strategy (Product, Place, Price, Promotion, People, Process, and Physical Evidence) in Tambak Osowilangun shoe village in Surabaya. The study uses a descriptive qualitative methodology, depicting the situation as it is in the field. The sample consists of 5 shoe craftsmen who were interviewed and documented.

The results indicate that the shoe craftsmen have effectively implemented the 7P marketing strategy, although there are some challenges, such as the operational or selling place being located within the village, which reduces the product's visibility to the public. Nonetheless, producers consistently apply proactive marketing processes, such as directly approaching consumers and continuously innovating to attract consumer attention.

Keywords : Marketing Strategy, Producer Shoes in Tambak Osowilangun Surabaya, Business Shoes

STRATEGI PEMASARAN 7P (PRODUK, HARGA, PROMOSI, TEMPAT, ORANG, PROSES, BUKTI FISIK) PADA KAMPUNG SEPATU TAMBAK OSOWILANGUN SURABAYA

Achmad Rosyid

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi. Universitas Gresik

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dan menggambarkan strategi pemasaran 7P (Produk, Tempat, Harga, Promosi, Orang, Proses dan Bukti Fisik) pada kampung sepatu tambak osowilangun Surabaya. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif deskriptif dengan menggambarkan situasi yang sesuai dengan di lapangan. Dengan sampel yang diambil 5 orang pengrajin sepatu dengan dilakukan wawancara dan dokumentasi. Hasil yang didapatkan bahwa pengrajin sepatu telah menerapkan srategi pemasaran 7P dengan baik meskipun ada beberapa kendala seperti tempat operasional atau tempat berjualan terdapat di dalam kampung menjadikan produk kurang dikenal oleh masyarakat, akan tetapi produsen selalu menerapkan proses menjemput bola dalam pemasarannya seperti datang langsung kepada konsumen dan selalu melakukan inovasi untuk menarik perhatian konsumen lagi.

KATA KUNCI : Startegi Pemasaran, Produsen Sepatu Tambak Osowilangun Surabaya, Bisnis Sepatu

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur alhamdulillah saya panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas limpahan nikmat dan karunia-nya, serta sholawat dan salam tetap tercurahkan kepada junjungan nabi kita Muhammad SAW, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“STRATEGI PEMASARAN 7P (PRODUK, HARGA, PROMOSI, TEMPAT, ORANG, PROSES, BUKTI FISIK) STUDI PADA KAMPUNG SEPATU TAMBAK OSOWILANGUN SURABAYA”**. Dalam menyusun skripsi ini saya menyadari banyak bantuan dan saran yang telah diberikan dari berbagai pihak baik secara material maupun spiritual. Tidak lupa penulis sampaikan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada yang terhormat :

1. Dr Riski Dwi Prameswari, M.Kes selaku rektor Universitas Gresik
2. Dosen manajemen Universitas Gresik Bapak Umar Burhan, S.E, M.M. Bapak M.Syafii,SE., MM. Bapak Dr. Suharto, MM. Dan Bapak Adiba Fuad Syamlan, SE., MM
3. Para dosen dan staf seluruh kampus yang telah membantu skripsi ini sehingga bisa saya selesaikan dengan baik.
4. Pengrajin sepatu Tambak Osowilangun Surabaya yang telah berkenan untuk menjadi informan pada penelitian ini yakni Bapak Supardi, Ibu Erna, Ibu Lilik dan Ibu Sakinah.
5. Keluarga besar saya terima kasih telah menjadi motivasi saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Saya sadari bahwa penulisan skripsi ini tidak sempurna oleh karena itu kritik dan saran yang bisa membangun sangat diharapkan untuk melengkapi segala kekurangan dalam penyusunan skripsi ini.

22 Januari 2024

Achmad Rosyid

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Penelitian.....	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	4

BAB 2 LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori	5
2.2 Strategi Pemasaran STP (<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>).....	6
2.3 Aspek 7P Pemasaran.....	7
2.4 Penelitian Terdahulu	15
2.5 Kerangka Konseptual.....	22
2.6 Matriks SWOT.....	23

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	25
3.2 Fokus Penelitian.....	25

3.3	Lokasi Penelitian	26
3.4	Waktu Penelitian	26
3.5	Jenis dan Sumber Data	26
3.6	Metode Pengumpulan Data	28
3.7	Metode Analisis Data	30

BAB 4 PEMBAHASAN

5.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	33
4.2	Waktu Penelitian	33
4.3	Hasil Penelitian	33
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	53

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	69
5.2	Saran	70

DAFTAR PUSTAKA	71
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN 1	73
-------------------------	-----------

LAMPIRAN 2	76
-------------------------	-----------

LAMPIRAN 3	81
-------------------------	-----------

DOKUMENTASI	96
--------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 2 Analisis SWOT.....	67

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Pengrajin Sepatu Tambak Osowilangun Suarabaya	2
Bagan 2 Kerangka Konseptual	23
Bagan 3 Metode Analisis Data	30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Wawancara	72
Lampiran 2 Daftar Produsen Sepatu Tambak Osowilangun	75
Lampiran 3 Wawancara	80