

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM  
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN KAIN TENUN IKAT FUTUS  
(Studi Kasus Pada Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Neon Ida  
Kabupaten Malaka)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Syarat – Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Timor*



**OLEH**

**ENDANG MARIANI KLAU**

**41180041**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TIMOR  
KEFAMENANU**

**2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME  
PENJUALAN KAIN TENUN IKAT FUTUS PADA KELOMPOK PENGRAJIN  
TENUN IKAT NEON IDA KABUPATEN MALAKA**

**DI AJUKAN OLEH:**

**ENDANG MARIANI KLAU**

**NPM: 41180041**

**Pembimbing I**



**Dr. Maximus L. Taolin, SE., M.Sc**  
**NIP. 19720302 2005011 001**

**Pembimbing II**



**Imelda Thein, SE., MM**  
**NIP. 19790321 200501 2001**

**Mengetahui**

**Ketua Program Studi Manajemen**



**Elfrida Desiderata Naihati, SE., MM**  
**NIP. 1988052305042002**

**HALAMAN PENGESAHAN**

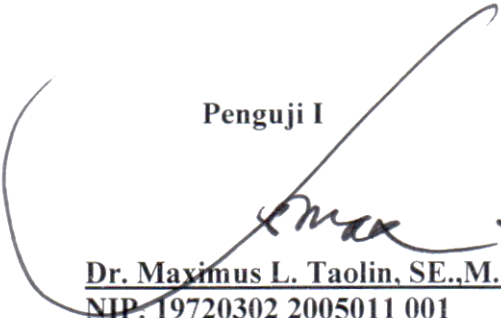
**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME  
PENJUALAN KAIN TENUN IKAT FUTUS PADA KELOMPOK PENGRAJIN  
TENUN IKAT NEON IDA KABUPATEN MALAKA**

Skripsi ini telah dipertahankan dalam sidang skripsi yang dilaksanakan pada:


Hari : Selasa  
Tanggal : 11 Juli 2023  
Jam : 09.30  
Tempat : Feb 2

Tim Penguji

Penguji I

  
Dr. Maximus L. Taolin, SE., M.Sc  
NIP. 19720302 2005011 001

Penguji II



  
Imelda Thein, SE., MM  
NIP. 19790321 200501 2001

Penguji Utama

  
Berno B. Mitang, SE., MM  
NIP. 19700726 200501 1 001

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

  
  
Aguidowaris Manek, SE., MSA  
NIP. 1974032 020050 1 001

## PERNYATAAN ORNALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Endang Mariani Klau, Menyatakan  
Bahwa skripsi ini dengan judul :

**“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
VOLUME PENJUALAN KAIN TENUN IKAT FUTUS PADA KELOMPOK  
PENGRAJIN TENUN IKAT NEON IDA KABUPATEN MALAKA**

Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan oleh oran lain kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

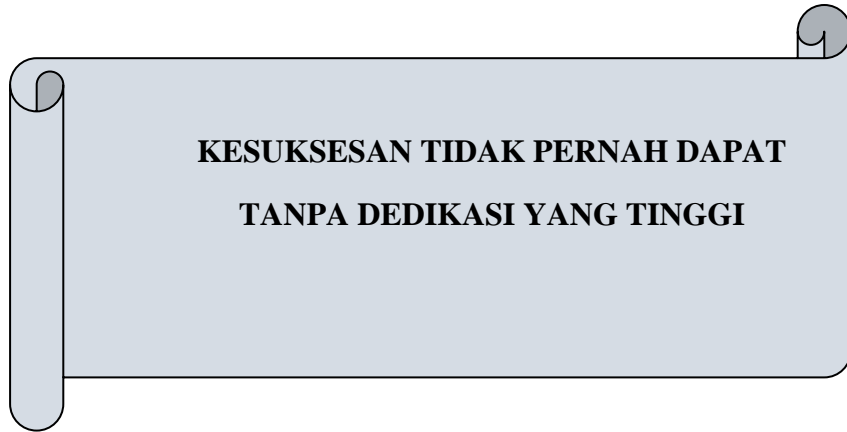
Apabila ternyata didalam naskah SKRIPSI ini dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia SKRPSI ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh sarjana ekonomi ( SE) dibatalkan, serta di peroleh sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kefamenanu, juni 2023



EndangMarianiKlau

## **MOTTO**



## **PERSEMBAHAN**

### **Skripsi Ini Telah Kupersembahkan Kepada:**

1. Tuhan sebagai sumber inspirasi dan kekuatan
2. Kedua orang tua tercinta. Bapak Gabriel klaw Nahak dan Mama Yasintha Luruk, yang telah merawat dan membesarkan daku dengan kasih sayang dan penuh pengorbanan baik material maupun moril dalam menunjang perkuliahan saya dari awal hingga akhir pendidikan di universitas timor
3. Kepada kakak dan adik-adik tercinta, Cristus, Lando, Wati, dan almarhum yang telah dipanggil pulang sari, jon yang selalu mendukung dan mendoakan kesuksesanku.
4. Kepada keluarga besar Lolar, Ambon, Bone Tasea, Bone umakalaran, yang selalu mendukung dan mendoakan penulis dalam kesuksesanku
5. Kepada sahabat- sahabat Seperjuangan, mery cici, cipy, veny, astin, tika yang selalu mendukung dan memotivasi penulis dalam kesuksesanku
6. Kepada Alamater Tercinta Universitas Timor

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat-Nya, sehingga dapat menyelesaikan SKRIPSI dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kain Tenun IKat Futus Pada kelompok pengrajin Tenun ikat Neon ida kabupaten Malaka”**.

SKRIPSI penelitian ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Studi Pada Programa Strata Satu (SI) Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Timor guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi (S.E)

Atas bantuan semua pihak dalam proses penyelesaian skripsi penelitian ini, tak lupa dihaturkan terima kasih sedalam-dalamnya. Secara rinci ungkapan terima kasih disampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Maximus L, Taolin, SE, Msc, selaku dosen pembimbing I yang membimbing dan mengorbankan waktu serta memberikan motivasi kepada penulis saat menyusun SKRIPSI ini.
2. Ibu Imelda Thein, SE., MM, selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis sehingga dapat menyelesaikan SKRIPSI ini.
3. Ibu Elfrida D. Naihati, SE, MM, sebagai ketua program studi Manajemen.
4. Bapak Aguidowaris Manek, SE.,MSA selaku dekan fakultas Ekonomi dan bisnis.
5. Teman-Teman seperjuangan angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang selalu memberika nmotivasi dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan SKRIPSI ini.

6. Keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan SKRIPSI ini.

Penulis menyadari bahwa SKRIPSI ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan penulis. Untuk itu segala saran dan pendapat dari semua pihak sangat penulis harapkan semoga SKRIPSI ini bermanfaat bagi kita semua.

Kefamenanu, Juni 2023

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORNALITAS SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 LatarBelakang .....	1
1.3 RumusanMasalah .....	4
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Konsep Strategi Pemasaran.....	5
2.1.1 Pengertian Strategi .....	5
2.1.2 Pengertian Pemasaran .....	6
2.1.3 Strategi Pemasaran.....	7
2.2 Faktor Eksternal PemasaranTenun Ikat Futus.....	8
2.3 DefenisiTenun Ikat Futus.....	10
2.3.1 Pengertian Tenun .....	10
2.3.2 Bahan Dasar Kain Tenun Ikat.....	11
2.3.3 KonsepTenun Ikat.....	11
2.4 Analisis SWOT .....	12
2.5 Matriks SWOT .....	16

2.6 Kerangka pikir.....	18
-------------------------	----

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Metode Penelitian.....	20
3.2 Tempat Penelitian.....	20
3.3 Populasi Dan Sampel .....	20
3.4 Sumber Data.....	21
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.6 Teknik Analisis Data.....	22
3.6.1 Matriks IFAS.....	23
3.6.2 Matriks EFAS .....	25

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

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	29
4.1.1 Sejarah Perkembangan Tenun ikat.....	29
4.1.2 Visi dan Misi.....	29
4.2 Struktur Organisasi Kelompok Pengrajin .....	30
4.3 Situasi dan Kondisi Umum Kain Tenun Ikat Futus .....	31
4.3.1 Analisis Situasi Faktor Internal .....	31
4.3.2 Analisis Situasi Faktor Internal .....	32
4.4 Uji Validitas Dan Uji Rehabilitas Data.....	32
4.4.1 Uji Validitas.....	33
4.4.2 Uji Rehabilitas .....	35
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	36
4.6 Hasil Analisis SWOT .....	37
4.6.1 Pemberian Bobot Dan Ranting .....	37
4.6.2 Matriks IFAS .....	42
4.6.3 Matriks EFAS .....	43
4.7 Pembahasan.....	46
4.8 Matriks SWOT .....	49

### **BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan .....	42
5.2 Saran.....	44
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>30</b>

### **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Data Penjualan Kain futus.....	3
Tabel 3.1 IFAS .....	24
Tabel 3.2 EFAS .....	26
Tabel 3.3 Matriks SWOT .....	28
Tabel 4.1 Uji validitas Data .....	34
Tabel 4.2 Uji Reabilitas Data .....	36
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Responden Kelompok Menurut Umur .....	37
Tabel 4.4 Indikator Kekuatan.....	38
Tabel 4.5 Indikator Kelemahan.....	39
Tabel 4.6 Indikator Peluang .....	40
Tabel 4.7 Indikator Ancaman.....	40
Tabel 4.8 Matriks IFAS.....	42
Tabel 4.9 Matriks EFAS .....	43
Tabel 4.10 Analisis Model Kualitatif.....	46
Tabel 4.11 Matriks SWOT .....	49

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1	Diagram Matriks SWOT .....	18
Gambar 2.2	Kerangka pikir .....	18
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Tenun Neon Ida.....	31
Gambar 4.2	Diagram analisis SWOT.....	38

## ABSTRAK

Nama : Endang Mariani Klau Nim : 41180041 Judul skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kain Tenun Ikat Futus Pada Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Futus Desa Haitimuk Kabupaten Malaka. Usaha Tenun Ikat Futus ialah usaha yang memproduksi kain tenun yang dapat dijadikan sebagai kain futus wanita, kain futus pria dan selendang selendang futus. Rumusan masalah penelitian ini ialah bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan? Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan kain tenun ikat Futus.

Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah: faktor-faktor internal dan eksternal apa saja yang mempengaruhi penjualan, kurangnya sarana dan prasarana karena masih menggunakan alat tradisional dan promosi yang sederhana serta strategi apa saja yang dapat digunakan dalam meningkatkan penjualan Kain Tenun Ikat Futus Di kabupaten Malaka. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: data primer yang diperoleh melalui kuisioner yang dibagikan kepada 9 orang responden. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis SWOT dengan menggunakan metode matrix IFAS (*internal factor analysis summary*) dan matrix EFAS (*Ekstrenal factor Analysis summar*) dan matriks SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari faktor Internal Kelompok Pengrajin Tenun ikat futus memiliki skor 4,02 yang berarti menggambarkan posisi internal Kelompok Pengrajin Kain Tenun Ikat Futus yang kuat. Pada faktor eksternal dari Kelompok Pengrajin Kain Tenun Ikat Futus memiliki skor 1,46, ini menggambarkan kain tenun ikat futus merespon peluang yang ada dan cukup mampu menghindari ancaman yang ada. Strategi yang paling tepat dalam pemasaran Kelompok Pengrajin Kain Tenun Ikat Futus dapat dilihat dengan menggunakan diagram cartesius. Pada diagram ini sangat jelas menunjukkan perusahaan berada Dalam kuaadran I yang dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada dengan terus melakukan pengembangan (agresif). Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif yang dapat meningkatkan penjualan.

**Kata Kunci : Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Futus, Strategi Pemasaran, Faktor Internal, faktor eksternal, SWOT**