

**STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH
DONATUR PADA LAZISMU GRESIK**

SKRIPSI



Oleh :

**RAFANDIKA WAHYU YOGA PRATAMA
NIM.170301115**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
TAHUN 2021**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH
DONATUR PADA LAZISMU GRESIK**

SKRIPSI

Untuk menyusun skripsi pada program strata satu (SI)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

diajukan oleh :

**RAFANDIKA WAHYU YOGA PRATAMA
NIM.170301115**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
2021**

SKRIPSI


STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH
DONATUR PADA LAZISMU GRESIK

Oleh :

RAFANDIKA WAHYU YOGA PRATAMA
NIM.170301115

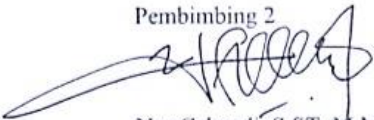
Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal :14 juli 2021

Pembimbing I



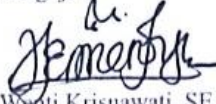
Abdurrahman Faris I. H. P., SE.M.SM
NIP:03.111.507.176

Pembimbing 2



Nur Cahyadi, S.ST.,M.M
NIP:11.711.907.254

Penguji I




Wenti Krisnawati, SE.,M.SM
NIP: 03.111.709.201


Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Tumirin, SE., M.Si
NIP:03.210.504.117



Ketua Program Studi

Maulidiyah Amalina R, S.E.,M.M
NIP: 03.111.504.181

KATA PENGANTAR



Syukur alhamdulillah kami panjatkan kehadiran Allah SWT, atas berkat limpahan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan sebuah Skripsi dengan judul : **“Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Donatur Pada Lazismu Gresik.”**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan tugas akhir perkuliahan pada Program Studi Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.

Dengan tersusunya Skripsi ini Penulis berharap kepada Bapak dosen berkenan meluangkan waktu untuk membina dan membimbing pembuatan Skripsi yang ditugaskan kepada Mahasiswa. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

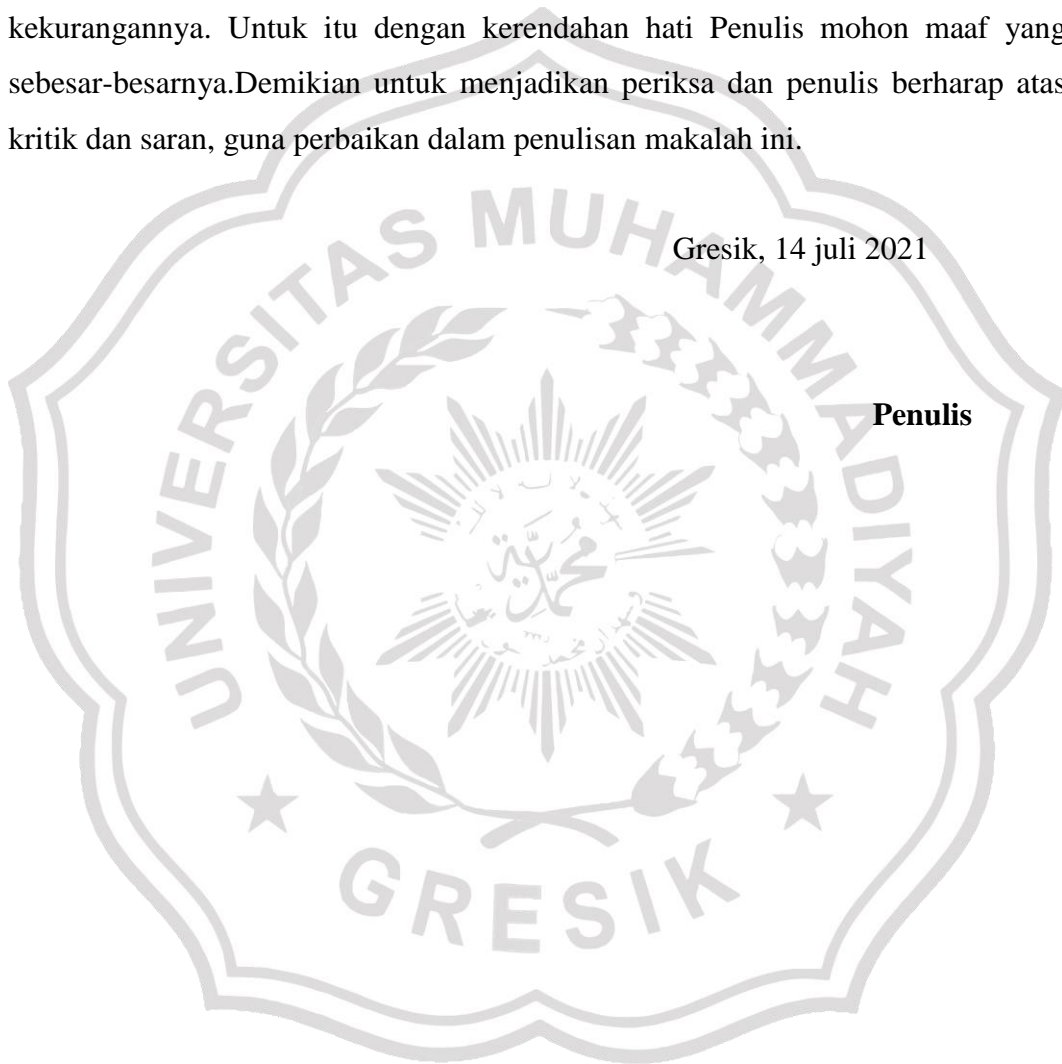
1. Dr. Eko Budi Laksono, S.T., M.T. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Dr Tumirin, S.E. M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik.
3. Maulidiyah Amalina Rizqi, S.E.,M.M. Selaku Kaprodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik.
4. Abdurrahman Faris Indriya, SE.M.SM. selaku dosen pembimbing Penelitian yang telah membagi ilmunya dan membimbing dengan sabar serta perhatian yang luar biasa dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. Nur Cahyadi, S, ST., M.M. selaku dosen pembimbing Penelitian yang telah membagi ilmunya dan membimbing dengan sabar serta perhatian yang luar biasa dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Wenti Krisnawati, S,E., M.SM. selaku penguji penelitian ini.

7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis, yang telah membimbing dan mendidik penulis selama di bangku kuliah selama ini.
8. Rekan-rekan seangkatan Tahun Akademik 2018-2019 yang selalu saling memberikan semangat dalam menyelesaikan tugas.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya. Untuk itu dengan kerendahan hati Penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya. Demikian untuk menjadikan periksa dan penulis berharap atas kritik dan saran, guna perbaikan dalam penulisan makalah ini.

Gresik, 14 juli 2021

Penulis



Rafandika Wahyu Yoga Pratama, 170301115, **Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Donatur Pada Lazismu Gresik**, Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, Juli 2021.

Abstrak

Pemasaran merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi perusahaan atau lembaga, karena pemasaran akan mempengaruhi kelancaran maupun keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Penting bagi perusahaan untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat demi mendapatkan posisi di mata konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan dalam upaya peningkatan jumlah donatur di Lazismu Gresik. Metode pengumpulan data menggunakan yaitu wawancara dan observasi. Hasil penelitian ini menemukan bahwa strategi bauran pemasaran 7p yang dilakukan oleh Lazismu Gresik hampir semua sudah sesuai dengan usulan peneliti mulai dari strategi produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*) orang atau SDM (*people*), proses (*process*), dan bentuk fisik (*physicale vidence*). Akan tetapi untuk strategi promosi (*promotion*) masih belum sesuai dengan usulan peneliti. Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi Lazismu Gresik untuk meningkatkan strategi pemasaran produk. Penelitian yang dilakukan peneliti masih memiliki keterbatasan yaitu peneliti belum menggali strategi pemasaran secara mendalam, sehingga informasi yang didapatkan peneliti berupa strategi bauran pemasaran hanya berdasarkan dimensi keandalan, kepastian dan empati.

Kata kunci: Lazismu, Strategi Pemasaran, Strategi Bauran Pemasaran

Rafandika Wahyu Yoga Pratama, 170301115, Marketing Strategy in Efforts to Increase the Number of Donors at Lazismu Gresik, Management, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Gresik, July 2021.

Abstract

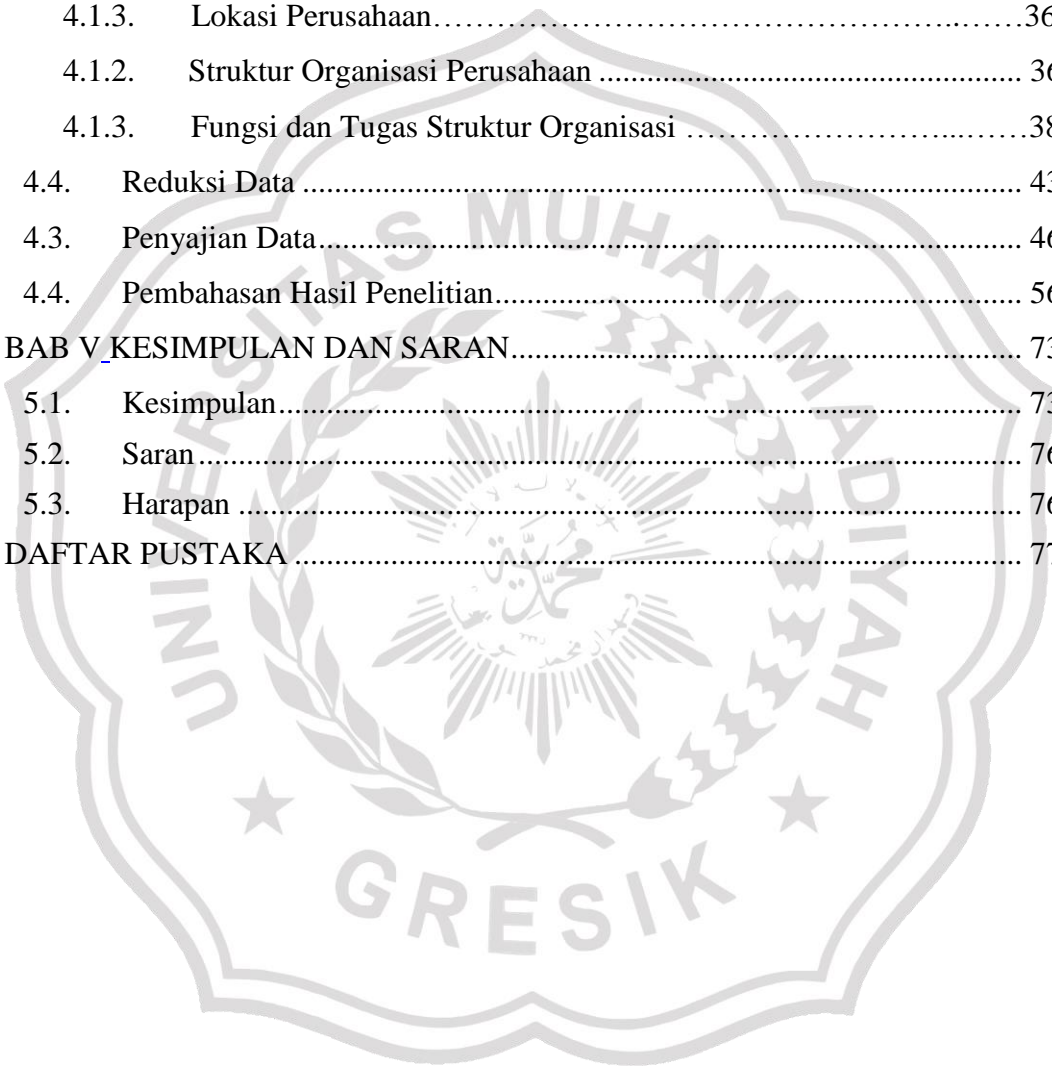
Marketing is one of the most important factors for a company or institution, because marketing will affect the smoothness and success of the company in achieving its goals. It is important for companies to know the right marketing strategy in order to get a position in the eyes of consumers. The purpose of this study is to determine the marketing strategies carried out in an effort to increase the number of donors in Lazismu Gresik. Methods of data collection using interviews and observation. The results of this study found that the 7p marketing mix strategy carried out by Lazismu Gresik was almost all in accordance with the researcher's proposal starting from the product strategy, price, place of people or human resources (people), process), and physical form (physical evidence). However, the promotion strategy is still not in accordance with the researcher's proposal. The results of this study can be used as a reference for Lazismu Gresik to improve product marketing strategies. Research conducted by researchers still has limitations, namely researchers have not explored marketing strategies in depth, so that the information obtained by researchers in the form of marketing mix strategies is only based on the dimensions of reliability, certainty and empathy.

Keywords: Lazismu, Marketing Strategy, Marketing Mix Strategy

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN LAMPIRAN.....	ii
LEMBAR PENGESHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
1.5. Kontribusi Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Penelitian Sebelumnya.....	12
2.2. Landasan teori.....	15
2.2.1. Strategi Pemasaran.....	15
2.2.2. Bauran Pemasaran.....	17
2.2.3. Strategi Bauran Pemasaran.....	18
2.3. Alur Berpikir.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1. Pendekatan Penelitian.....	23
3.2. Lokasi Penelitian.....	25
3.3. Unit Analisis Dan Informan.....	26
3.3.1. Unit Analisis.....	26
3.3.2. Informan.....	26
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	27
3.5. Teknik Pengambilan Data.....	28

3.6.	Teknik Analisis Data	31
3.7.	Uji Keabsahan Data	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		34
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	34
4.1.1.	Sejarah Singkat Perusahaan	34
4.1.2.	Visi Misi Perusahaan	35
4.1.3.	Lokasi Perusahaan	36
4.1.2.	Struktur Organisasi Perusahaan	36
4.1.3.	Fungsi dan Tugas Struktur Organisasi	38
4.4.	Reduksi Data	43
4.3.	Penyajian Data	46
4.4.	Pembahasan Hasil Penelitian	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		73
5.1.	Kesimpulan	73
5.2.	Saran	76
5.3.	Harapan	76
DAFTAR PUSTAKA		77



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Penghimpunan Dana Pada Lazismu Gresik.....	3
Tabel 1.2. Kesenjangan Penelitian.....	4
Tabel 1.2. Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu	6



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Alur Berpikir22



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Skrip Wawancara Satu Dengan Tim *Marketing* Lazismu Gresik
- Lampiran 2 : Skrip Wawancara Dua Dengan Bagian Pemasaran Lazismu Gresik
- Lampiran 3 : *Checklist* Pertanyaan Wawancara Dengan Tim *Marketing* Lazismu Gresik
- Lampiran 4 : *Checklist* Pertanyaan Wawancara Dengan Tim *Marketing* Lazismu Gresik
- Lampiran 5 : *Checklist* Pertanyaan Wawancara Dengan Tim *Marketing* Lazismu Gresik
- Lampiran 6 : *Checklist* Pertanyaan Wawancara Dengan Donatur Lazismu Gresik
- Lampiran 7 : *Checklist* Pertanyaan Wawancara Dengan Donatur Lazismu Gresik
- Lampiran 8 : *Checklist* Pertanyaan Wawancara Dengan Donatur Lazismu Gresik
- Lampiran 9 : *Checklist* Pertanyaan Wawancara Dengan Donatur Lazismu Gresik
- Lampiran 10 : *Checklist* Pertanyaan Wawancara Dengan Donatur Lazismu Gresik
- Lampiran 11 : Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 12 : Daftar Perbaikan Revisi Ujian Skripsi Dosen Pembimbing 1
- Lampiran 13 : Daftar Perbaikan Revisi Ujian Skripsi Dosen Pembimbing 2
- Lampiran 14 : Daftar Perbaikan Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 1
- Lampiran 15 : Lembar Persetujuan Revisi Ujian Skripsi
- Lampiran 16 : Lembar Keterangan Bebas Plagiat

