

**STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO KUE REHAN  
BAKERY CABANG SEMOLOWARU SURABAYA  
UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN**

**SKRIPSI**



**OLEH :**

**ARYA DWI MAHENDRA**

**NPM : 19042010178**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN KEBUDAYAAN RISET DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA**

**2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO KUE REHAN BAKERY**  
**CABANG SEMOLOWARU SURABAYA UNTUK**  
**MENINGKATKAN PENJUALAN**

**Disusun Oleh :**

**ARYA DWI MAHENDRA**  
**NPM.19042010178**

**Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi**

**Menyetujui,**

**Pembimbing**

  
**Dra. Siti Ning Farida, M.Si**  
**NIP.196407291990032001**

**Mengetahui,**

**DEKAN**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



**Dra. Catur Suratnoaji, M.Si**  
**NPT. 368049400281**

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO KUE REHAN BAKERY CABANG  
SEMOLOWARU SURABAYA UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN

Disusun Oleh :

**ARYA DWI MAHENDRA**  
NPM : 19042010178

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi  
Progam Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal 13 Januari 2023

Menyetujui

PEMBIMBING UTAMA

Dra. Siti Ning Farida., M.Si  
NIP.196407291990032001

TIM PENGUJI

1. Ketua

Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si  
NIP. 196805011994032001

2. Sekretaris

Dra. Lia Nirawati, M.Si  
NIP. 196009241993032001

3. Anggota

Dra. Siti Ning Farida., M.Si  
NIP.196407291990032001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Gatur Suratnoaji, M.Si  
NPT. 368049400281

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arya Dwi Mahendra

NPM : 19042010178

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi :

### **STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO KUE REHAN BAKERY CABANG SEMOLOWARU SURABAYA UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN**

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli pribadi saya yang dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 30 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Strata I di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya asli saya atau merupakan hasil plagiarisme dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Surabaya, 16 Januari 2023

Yang membuat pernyataan



Arya Dwi Mahendra

NPM.19042010178

## **KATA PENGANTAR**

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi yang berjudul “STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO KUE REHAN BAKER CABANG SEMOLOWARU SURABAYA UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN”. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangan, baik dari segi teknis maupun dalam segi penyusunannya. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis terbuka menerima kritik dan saran yang bersifat membangun untuk Skripsi ini.

Berbagai tantangan harus dilalui oleh peneliti untuk menyelesaikan Skripsi ini, namun alhamdulillah semuanya dapat membantu penulis. Selesainya proposal ini tidak lepas dari bimbingan dari Ibu Dra. Siti Ning Farida M,Si selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Dalam menyelesaikan proposal ini, tidak akan berjalan dengan lancar tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, maka penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si. Selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku koordinator Program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Kedua orang tua, adik, serta seluruh keluarga besar penulis yang selalu memberikan dukungan, do'a dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
5. Sahabat-sahabat saya Safrizal Hafizd, Muhammad Naufal Firdaus, Reno Andini Cahya yang memberikan dukungan mental yang baik serta semangat dalam menyelesaikan Skripsi ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga Skripsi ini bermanfaat bagi penulis sendiri dan pembaca Skripsi penelitian ini.

Surabaya, 13 Januari 2023

Penulis

## **DAFTAR ISI**

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
ABSTRAK .....	ix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	5
1.3    Tujuan Penelitian.....	5
1.4    Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1    Secara Teoritis.....	5
1.4.2    Secara Praktis.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1    Penelitian Terdahulu.....	7
2.2    LANDASAN TEORI .....	10
2.2.1    Pengertian UMKM.....	10
2.2.2    Definisi Strategi .....	11
2.2.3    Pengertian Pemasaran .....	13
2.2.4    Tujuan Pemasaran .....	15
2.2.5    Manajemen Pemasaran.....	16

2.2.6	Pengertian Strategi Pemasaran.....	16
2.2.7	Konsep Pemasaran .....	18
2.2.8	Faktor-Faktor Pemasaran .....	19
2.2.9	Pengertian Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	21
2.2.10	Pengertian Analisis SWOT .....	21
2.2.11	Pengertian Penjualan.....	23
2.3	KERANGKA BERPIKIR .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>29</b>
1.1	Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	29
1.2	Lokasi Penelitian .....	30
1.3	Subjek Penelitian.....	30
3.4	Obyek dan Informan Penelitian.....	31
3.4.1	Obyek Penelitian .....	31
3.4.2	Informan Penelitian .....	31
3.5	Keabsahan Data .....	32
3.5.1	Perpanjangan Pengamatan .....	32
3.5.2	Meningkatkan kecermatan dalam penelitian.....	32
3.5.3	Triangulasi.....	33
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.6.1	In-dept Interview.....	34
3.6.2	Observasi.....	35

3.6.3	Dokumentasi .....	35
3.6.4	Teknik Analisis Data.....	35
3.7	Analisis SWOT.....	36
3.7.1	IFAS ( <i>Internal Faktor Analysis Summary</i> ).....	36
3.7.2	EFAS ( <i>Eksternal Faktory Analysis Summary</i> ).....	38
3.7.3	Matrik SWOT .....	39
3.8	Jadwal Penelitian.....	42
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>43</b>
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	43
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	43
4.1.2	Struktur Perusahaan .....	44
4.2	Penyajian Data.....	45
4.2.1	Hasil Wawancara Pemilik, Karyawan, dan Konsumen .....	47
4.2.2	Analisis SWOT .....	51
4.2.3	Analisis Faktor Matriks IFAS ( <i>Internal Faktor Analysis Summary</i> ) dan EFAS ( <i>Eksternal Faktor Analysis Summary</i> ) .....	53
4.2.4	Diagram SWOT .....	56
4.2.5	Matriks Internal dan Eksternal .....	58
4.2.6	Matriks Alternatif Strategi SWOT .....	59
4.3	Pembahasan .....	62
4.3.1	Kendala yang dihadapi .....	64

4.3.2 Perbandingan Hasil Penelitian pada Rehan Bakery dengan Penelitian Terdahulu.....	64
BAB V PENUTUP.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran .....	69
DAFTAR PUSTAKA .....	70
LAMPIRAN .....	72

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Data Jumlah Penjualan Rehan Bakery cabang Semolowaru Surabaya 1 Tahun Terakhir.....	3
Tabel 3.1 Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS) .....	36
Tabel 3.2 Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS) .....	38
Tabel 3.3 Matrik SWOT .....	40
Tabel 3.4 Jadwal Penelitian.....	42
Tabel 4.1 Identitas Karyawan Perusahaan .....	45
Tabel 4.2 Hasil Rata-Rata Responden IFAS.....	54
Tabel 4.3 Hasil IFAS ( <i>Internal Faktor Analysis Summary</i> ) .....	54
Tabel 4.4 Hasil Rata-Rata Responden EFAS.....	55
Tabel 4.5 Hasil EFAS ( <i>Eksternal Faktor Analysis Summary</i> ).....	56
Tabel 4.6 Total Skor Faktor Strategi Internal & Eksternal .....	56
Tabel 4.7 Matriks Alternatif Strategi SWOT .....	59
Tabel 4.8 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu.....	64

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.2 Penerapan Strategi Pemasaran Rehan Bakery Cabang Semolowaru Surabaya Melalui Media Sosial .....	2
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	24
Gambar 3.1 Triangulasi Pengumpulan Data .....	34
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Rehan Bakery .....	44
Gambar 4.2 Diagram Matriks SWOT Rehan Bakery .....	57
Gambar 4.3 Matriks Internal Eksternal .....	58

## **ABSTRAK**

Penelitian ini memiliki tujuan utama yaitu untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada Toko Kue Rehan Bakery cabang Semolowaru Surabaya. Penelitian adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan pada Rehan Bakery cabang Semolowaru Surabaya. Subjek penelitian ini yaitu pemilik, karyawan, dan konsumen. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT dengan menggunakan tabel efas dan ifas. Hasil analisis penelitian dengan menggunakan IFAS dan EFAS maka Rehan Bakery mempunyai faktor kekuatan mendapat skor total 2,90, sedangkan faktor kelemahan mendapat skor total 0,39. Ancaman menerima skor total 0,91, sedangkan Peluang menerima skor total 1,92. Dilihat dari konsekuensi garis SWOT, Toko Roti Rehan berada pada kuadran I dengan nilai (X;Y) (2.51; 1.01), yaitu dengan menggunakan perencanaan yang agresif. Membuat rencana yang membutuhkan kekuatan untuk menjadi peluang adalah strategi yang agresif.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT

## **ABSTRACT**

*This study's main objective is to identify and analyze marketing strategies to increase sales at the Rehan bakery branch of Semolowaru Surabaya. This research is qualitative and descriptive. This research was conducted at the Rehan Bakery branch of Semolowaru Surabaya. The subjects of this research are owners, employees, and consumers. The data analysis method used in this research is SWOT analysis using EFAS and IFAS tables. The results of the research analysis using IFAS and EFAS, Rehan Bakery has a strength factor that gets a total score of 2.90, while a weakness factor gets a total score of 0.39. The threat received a total score of 0.91, while the opportunity received a total score of 1.92. Judging from the consequences of the SWOT line, Rehan Bakery is in quadrant I with values (X;Y) (2.51; 1.01), that is, by using aggressive planning. Making a plan that requires strength to be an opportunity is an aggressive strategy.*

*Keywords:* marketing strategy, SWOT Analysis.