

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN NILAI PENJUALAN  
PADA CV. CITRA KREASINDO KOMODITAS TANAMAN BUNGA DI  
KOTA SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Penelitian Guna Menyusun Skripsi Program Studi  
Agribisnis**



**Diajukan Oleh :**

**ELISABETH HARMONIA PRADITA**

**NPM : 17024010083**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
SURABAYA  
2023**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN NILAI  
PENJUALAN PADA CV. CITRA KREASINDO KOMODITAS TANAMAN  
BUNGA DI KOTA SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian  
Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana  
Pertanian Program Studi Agribisnis



**Diajukan Oleh :**

**ELISABETH HARMONIA PRADITA**

**NPM : 17024010083**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA  
TIMUR  
SURABAYA  
2023**

# STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN NILAI

## STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN NILAI PENJUALAN PADA CV. CITRA KREASINDO KOMODITAS TANAMAN BUNGA DI KOTA SURABAYA

Diajukan oleh:

**ELISABETH HARMONIA PRADITA**

NPM: 17024010083

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi


Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


Pada Senin, 09 Januari 2023

Menyetujui:

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama

  
**Dita Atasa, SP., MP**  
NIP. 20219950221236

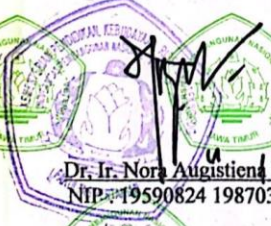
  
**Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP,**  
NIP. 19620712 199103 2 001


Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

Pt. Koordinator

Program Studi Agribisnis

  
**Dr. Ir. Norka Augustiana K, MP**  
NIP. 19590824 198703 2001

  
**Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP**  
NIP. 19620712 199103 2001

iii

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN NILAI  
PENJUALAN PADA CV. CITRA KREASINDO KOMODITAS TANAMAN  
BUNGA DI KOTA SURABAYA**

oleh

**ELISABETH HARMONIA PRADITA**


**NPM :17024010083**

Telah diterima pada tanggal :

12 Desember 2022


**Pembimbing Pendamping**

**Pembimbing Utama**

  
**Dita Atasa, SP., MP.**  
NIP. 20219950221236

  
**Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP.**  
NIP. 19620712 199103 2 001

Mengetahui,  
**PLT Koordinator Program Studi Agribisnis  
UPN "Veteran" Jawa Timur**

  
**Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP.**  
NIP. 19620712 199103 2 001

## SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No.19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No 17 tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarisme Maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul:

Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Nilai Penjualan Pada Cv. Citra Kreasindo Komoditas Tanaman Bunga Di Kota Surabaya

menyatakan bahwa Skripsi tersebut diatas bebas dari plagiarism. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 13 Desember 2022

Yang Membuat Pernyataan



Elisabeth Harmonia Pradita  
NPM : 1702401083

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN NILAI  
PENJUALAN PADA CV. CITRA KREASINDO KOMODITAS TANAMAN  
BUNGA DI KOTA SURABAYA**

MARKETING STRATEGY IN INCREASING THE VALUE OF SALES IN CV.  
CITRA KREASINDO FLOWER PLANT COMMODITIES  
IN THE CITY OF SURABAYA

Elisabeth Harmonia Pradita, Nuriah Yuliati, dan Dita Atasa

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengetahui pelaksanaan bauran pemasaran yang diterapkan oleh CV. Citra Kreasindo. 2) Mengidentifikasi faktor internal-eksternal yang dapat mempengaruhi volume penjualan bunga di CV. Citra Kreasindo Surabaya. 3) Menentukan alternatif yang tepat untuk meningkatkan penjualan pada CV. Citra Kreasindo. Metode pengambilan data dilakukan dengan kuesioner, wawancara dan observasi. Untuk menentukan responden menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah responden 36 orang yang terdiri dari (1 orang) divisi keuangan, (1 orang) divisi pemasaran, (1 orang) pemilik dan (33 orang) konsumen. Jenis data yang digunakan peneliti adalah data primer dan sekunder. Analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif, SWOT dan QSPM. Pada penelitian ini mendapatkan hasil bahwa 1) implementasi faktor bauran pemasaran pada CV. Citra Kreasindo termasuk dalam kriteria nilai baik, 2) Nilai total skor IFAS adalah 2,98 untuk faktor internal dan nilai total skor EFAS adalah 2.73 untuk faktor eksternal, Hal ini mengindikasikan bahwa CV. Citra Kreasindo ini dapat merespon kondisi pasar dengan baik, 3) Strategi pemasaran alternatif yang paling sesuai melalui tahap pengambilan keputusan menggunakan matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) yang menunjukkan bahwa alternatif strategi yang sesuai dengan kondisi CV. Citra Kreasindo adalah Penetrasi Pasar.

Kata kunci: Bauran Pemasaran 7P, Strategi Pemasaran, SWOT, QSPM

## ABSTRACT

This study aims to: 1) Know the implementation of the marketing mix applied by CV. Citra Kreasindo. 2) Identify internal-external factors that can affect the volume of flower sales in CV. Citra Kreasindo Surabaya. 3) determine the right alternative to increase sales on CV. Citra Kreasindo. Methods of data collection is done by questionnaires, interviews and observation. To determine the respondents using purposive sampling method with the number of respondents 36 people consisting of (1 person) finance division, (1 person) marketing division, (1 person) owners and (33 people) consumers. The type of data used by researchers is primary and secondary data. Data analysis used is descriptive statistics, SWOT and QSPM. In this study, the results were that 1) the implementation of marketing mix factors on CV. Citra Kreasindo is included in the good score criteria, 2) The total IFAS score is 2.98 for internal factors and the total EFAS score is 2.73 for external factors. This indicates that CV. Citra Kreasindo can respond well to market conditions, 3) The most appropriate alternative marketing strategy through the decision-making stage uses the QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) matrix which shows that alternative strategies are in accordance with CV conditions. Citra Kreasindo is Market Penetration.

Keywords: Marketing Mix 7P, Marketing Strategy, SWOT, QSPM

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur hanya bagi Tuhan Yesus Kristus, oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan kasih-Nya dan kesetiaan-Nya yang besar akhirnya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Nilai Penjualan pada CV. Citra Kreasindo Komodiatas Tanaman Bunga di Kota Surabaya” dengan baik.

Peneliti menyadari bahwa terdapat banyak rintangan dan hambatan yang menghampiri dalam penyusunan skripsi ini. Peneliti merasa terberkati oleh bimbingan, bantuan, nasihat, saran, dan kerja sama dari berbagai pihak yang membantu peneliti.

Sehubungan dengan penyelesaian penyusunan skripsi ini, peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada Dr.Ir.Nuriah Yuliati, MP. selaku dosen pembimbing utama dan Dita Atasa,SP., MP selaku dosen pembimbing pendamping yang telah memberikan bantuan, dukungan dan bimbingan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi , selanjutnya saya ucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Ir. Nora Augustien K, MP selPROOaku Dekan Fakultas Pertanian UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr.Ir.Nuriah Yuliati, MP selaku Koordinator Program Studi Agribisnis S1 Fakultas Pertanian UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Pemilik CV. Citra Kreasindo dan karyawannya yang telah memberi ijin dan kesempatan pada peneliti sehingga penelitian ini selesai tepat waktu.
4. Dan yang paling saya banggakan Alm. Bapak Budi Hartono dan Ibu Tabita Ari Purwaningsih selaku orangtua peneliti dan kakak kandung saya tercinta



mas Ido, kakak Ica, Adik Nerissa, dan Adik Thea , yang selama ini memberikan motivasi dan nasihat pada peneliti serta memberikan dukungan materil maupun moril.

5. Teman terdekat saya Mas Alessandro, Azzah, Shihak, Siti, Nisa, Ainun, Verina, Junestia, Ester dan teman seperjuangan saya Rintan, Rachma, Vila, Ipeh, Mbak Dena, Ilma, Frenki yang tiada henti memberi dukungan dan motivasi kepada peneliti.
6. Teman-teman Kelas A dan Kelas B program studi agribisnis angkatan 2017 Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa timur beserta semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti sangat menyadari bahwa isi dan penyajian dari skripsi masih banyak kekurangan dalam penyusunan, pembahasan, maupun penulisan. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk memperbaiki dan menyempurnakan skripsi ini.

Akhir kata peneliti berharap semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.

Surabaya, Januari 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
SURAT PERNYATAAN .....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
I. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penilitan Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori .....	15
2.2.1 Strategi Pemasaran .....	15
2.2.2 Bauran Pemasaran .....	18
2.2.3 Matriks IFE dan EFE.....	26
2.2.4 IE (Internal External).....	29
2.2.5 Analisis SWOT .....	30
2.2.6 Analisis QSPM .....	33

III. METODE PENELITIAN .....	37
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	37
3.2 Teknik Penentuan Sampel .....	37
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.3.1 Data Primer .....	38
3.3.2 Data Sekunder .....	39
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	40
3.5 Analisis Data .....	43
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	57
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	57
4.1.1 Sejarah Perusahaan .....	57
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	59
4.1.3 Struktur Organisasi .....	59
4.2 Hasil Penelitian .....	62
4.2.1 Bauran Pemasaran .....	62
4.2.2 Strategi Pemasaran CV. Citra Kreasindo .....	69
4.2.3 Analisis IFE dan EFE .....	73
4.2.4 Tahap Pencocokan .....	78
4.2.5 Tahap Keputusan QSPM .....	86
V. KESIMPULAN DAN SARAN .....	92
5.1 Kesimpulan .....	92
5.2 Saran .....	92
DAFTAR PUSTAKA .....	94

## DAFTAR TABEL

<b>Nomor</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Penjualan CV Citra Kreasindo .....	3
2.1	Bentuk matriks IFE .....	28
2.2	Bentuk Matriks EFE.....	29
2.3	Total Skor Matriks IE.....	30
2.4	SWOT .....	32
2.5	Alternatif Strategi .....	34
3.1	Matriks IFE.....	49
3.2	Matriks EFE .....	50
3.3	Matriks SWOT .....	53
4.1	Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif QSPM.....	87
4.2	Urutan Strategi Hasil Analisis Matrik QSPM CV. Citra Kreasindo .....	89

## DAFTAR GAMBAR

<b>Nomor</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Skema Kerangka Pemikiran Penelitian .....	36
2.1	Matriks Strategi besar (Grand Strategy).....	54
3.1	Struktur Organisasi CV. Citra Kreasindo .....	61
3.2	Matriks Internal Eksternal .....	78
3.3	Matriks Internal Eksternal .....	79
4.1	Struktur Organisasi CV. Citra Kreasindo.....	61
4.2	Produk CV. Citra Kreasindo .....	65
4.3	Sosial Media CV. Citra Kreasindo .....	67
4.4	Matriks Internal Eksternal .....	78
4.5	Matriks Internal Eksternal .....	79
4.6	Matriks Grand Strategi CV. Citra Kreasindo .....	85

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Nomor</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.	Kuisisioner Mengenai Bauran Pemasaran.....	96
2.	Kuisisioner Mengenai Analisi SWOT.....	100
3.	Karakteristik Responden.....	105
4.	Hasil Kuesioner Bauran Pemasaran.....	107
5.	Hasil Kuesioner SWOT Responden dengan Pihak Perusahaan .....	107
6.	Hasil Kuesioner SWOT Responden (Konsumen) .....	108
7.	Foto Kegiatan Penelitian.....	110